

**PENGARUH SINETRON TERHADAP KONSUMSI BARANG
(*FASHION*) PADA MASYARAKAT MUSLIM DI KELURAHAN
AMPARITA, KECAMATAN TELLU LIMPOE, KABUPATEN
SIDRAP**



SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Alauddin Makassar*

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
ALAUDDIN
MAKASSAR**

Oleh :

DIYAH AYU KUSUMA N

10200113056

**PRODI JURUSAN EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) ALAUDDIN
MAKASSAR
2018**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

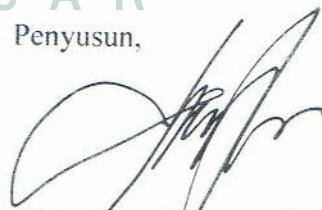
Mahasiswa yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Diyah Ayu Kusuma Ning Tyas
NIM : 10200113056
Tempat/Tgl.Lahir : Ponorogo, 28 Januari 1995
Program Studi : Ekonomi Islam
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Alamat : Samata
Judul : Pengaruh Sinetron Terhadap Konsumsi Barang (*Fashion*)
Pada Masyarakat Muslim Di Kelurahan Amparita
Kecamatan Tellu Limpoe Kabupaten Sidrap

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar dan hasil karya sendiri. Jika kemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, atau dibuat orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi ini dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Gowa, April, 2018

Penyusun,



Diyah Ayu Kusuma Ning Tyas

NIM: 10200113056



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) ALAUDDIN MAKASSAR
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Kampus I : Jl. Slt. Alauddin No. 63 Makassar Tlp. (0411) 864928 Fax 864923
ALAUDDIN Kampus II : Jl. H. M. Yasin Limpo No. 36 Samata Sungguminasa – Gowa Tlp. 841879 Fax.8221400

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi berjudul **“Pengaruh Sinetron terhadap Konsumsi Barang (*Fashion*) Pada Masyarakat Muslim di Kelurahan Amparita, Kecamatan Tellu Limpoe, Kabupaten Sidrap”** yang disusun oleh **Diyah Ayu Kususma N.** NIM: **10200113056**, mahasiswi jurusan Ilmu Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar, telah diuji dan dipertahankan dalam ujian Munaqasyah yang diselenggarakan pada tanggal **22 Februari 2018**. Bertepatan dengan **6 Jumadil Akhir 1439 H**, dinyatakan telah dapat diterima sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada fakultas ekonomi dan bisnis islam, jurusan Ilmu Ekonomi.

Samata-Gowa, 5 April 2018
19 Rajab 1439 H

DEWAN PENGUJI

Ketua	: Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag.	(.....)
Sekretaris	: Prof. Muslimin Kara, M.Ag.	(.....)
Penguji I	: Dr. Urbanus Uma Leu, M.Ag.	(.....)
Penguji II	: M. Akil Rahman, SE., M.Si	(.....)
Pembimbing I	: Prof. Dr. Mukhtar Lutfi, M.Pd.	(.....)
Pembimbing II	: Dr. Ir. Idris Parakkasi, MM.	(.....)

Diketahui oleh:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam UIN Alauddin Makassar.

Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag.
NIP. 19581022-198703 1 002

KATA PENGANTAR

Tiada kata yang paling pantas penulis ucapkan selain kata Alhamdulillah , Segala puji bagi Allah swt. yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, serta pertunjuk dan pertolongan-Nya, sehingga atas ridho-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “ Pengaruh Sinetron Terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Muslim Di Kelurahan Amparita, Kecamatan Tellu Limpoe, Kabupaten Sidrap”.

Sholawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada baginda Nabi besar Muhammad saw. yang senantiasa memberikan syafa'atnya di akhirat nanti dan menjadi suri tauladan bagi kita ummatnya. Aamiin Yaa Rabbal Aalaamin.

Skripsi ini penulis ajukan guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Jurusan Ekonomi Islam di Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.

Selanjutnya dalam penyusunan skripsi ini, penulis banyak menghadapi rintangan dan hambatan tetapi semua itu dapat dihadapi karena bantuan orang-orang hebat dan tidak lepas dari bimbingan, dorongan, serta dukungan dari berbagai pihak baik itu secara moril maupun spritual. Oleh karena itu pada kesempatan ini, tidak lupa penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Musafir Pababari, M. Si., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.

2. Bapak Prof Dr. H. Ambo Asse, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
3. Ibu Dr. Hj. Rahmawati Muin, M.Ag., selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
4. Bapak Drs. Thamrin Logawali M.H., selaku sekretaris Jurusan Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
5. Bapak Prof. Dr. Mukhtar Lutfi, M.Pd., selaku pembimbing I yang memberikan kritis serta saran dalam penyusunan skripsi ini.
6. Bapak Dr. Ir. H. Idris Parakkasi, MM., selaku pembimbing II yang selalu setia memberikan arahan bimbingan dan saran yang berguna selama pembuatan skripsi ini. Serta tak henti-hentinya memotivasi penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini dan tidak pernah sekalipun menyulitkan penulis.
7. Seluruh Civitas Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar yang telah membantu penulis dalam kelancaran proses penyelesaian skripsi ini.
8. Kedua orang tua tercinta penulis, Ayahanda Nurdin dan Ibunda Suliah yang tak henti-hentinya memotivasi dalam menyelesaikan skripsi ini, baik itu secara fisik maupun non fisik serta doa-doa yang di panjatkan setiap hari bahkan setiap waktu.
9. Kakanda penulis Siti Uliatul Jannah yang banyak memberikan bimbingan, arahan, motivasi dan nasehat-nasehat berharga kepada penulis.

10. Adinda Ilham Yousef Firmansyah yang selalu menemani penulis di tiap penelitiannya, dan senantiasa memberikan dukungan terhadap penulis.
11. Sahabat-sahabat karib penulis yang terkumpul dalam Griya Squad, yang telah memberikan banyak cinta, perhatian, dukungan serta waktu berharga yang tidak akan tergantikan bagi penulis.
12. Keluarga besar UKM SB eSA yang sudah menjadi bagian dari perjalanan hidup saya selama kuliah di kampus hijau tercinta ini. Terimakasih atas kehangatan dan setiap peristiwa yang tidak akan pernah terlupakan. Bersama kita berkarya dan menghargai proses karena proses tidak pernah mengkhianati hasil. Salam budaya.
13. Seluruh teman-teman seperjuangan jurusan Ekonomi Islam angkatan 2013 tanpa terkecuali terima kasih atas kebersamaannya.

Atas jasa mereka penulis sampaikan ucapan terimakasih semoga amal baik mereka memperoleh balasan yang berlipat ganda dari Allah swt. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang sifatnya membangun akan menyempurnakan penulisan skripsi ini serta bermanfaat bagi penulis, pembaca dan bagi penelitian selanjutnya.

Wassalamu'alaikumWr.Wb

Samata, Desember 2017

Penulis

DAFTAR ISI

JUDUL	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL DAN GAMBAR	iv
ABSTRAK	
BAB I PENDAHULUAN	1-10
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Hipotesis	7
D. Definisi Operasional	7
E. Tujuan Penelitian	9
F. Kegunaan Penelitian	9
BAB II TINJAUAN TEORITIS	11- 32
A. Media Hiburan di Indonesia	11
B. Gaya hidup dan Konsumerisme Masyarakat	19
C. Dampak Sinetron Terhadap Masyarakat dan Pandangan Islam	29
D. Kerangka pikir	33
BAB III METODE PENELITIAN	34-42
A. Jenis dan Lokasi Penelitian	34
B. Pendekatan Penelitian	34
C. Variabel penelitian	35
D. Populasi dan Sampel	35
E. Instrumen Penelitian	37
F. Teknik Analisis Data	38
BAB IV HASIL PENELITIAN	43- 62
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	43
B. Deskripsi Penelitian	44
C. Uji Kualitas Data	49
D. Uji Normalitas	52
E. Uji Autokorelasi	55
F. Analisis Regresi Sederhana	56
G. Pembahasan	59

BAB V PENUTUP.....	63
A. Kesimpulan.....	63
B. Saran	63

DAFTAR PUSTAKA



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 : Daftar Kuesioner Terdistribusi dan Terpakai	45
Tabel 4.2 : Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
Tabel 4.3 : Distribusi Responden Berdasarkan Usia.....	46
Tabel 4.4 : Distribusi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	47
Tabel 4.6 : Distribusi Responden Berdasarkan Pendapatan.....	47
Tabel 4.6 : Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan	48
Tabel 4.7 : Distribusi Responden Berdasarkan Jumlah Tanggungan Keluarga.....	49
Tabel 4.8 : Hasil Uji Validitas	50
Tabel 4.9 : Hasil Uji Reliabilitas.....	51
Tabel 4.10 : Uji Normalitas Data	54
Tabel 4.11 : Uji Autokorelasi.....	55
Tabel 4.12 : Pengujian Regresi Sederhana.....	56
Tabel 4.13 : Hasil Uji Koefisien Korelasi.....	57
Tabel 4.14 : Hasil Perhitungan Uji T	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 : Rating Sinetron di Indonesia	4
Gambar 1.2 : Indikasi Kualitas Program Sinetron	5
Gambar 2.1 : Kerangka Fikir	32
Gambar 4.1 : Uji Normalitas Histogram	52
Gambar 4.2 : Uji Normalitas Probability Plot	53



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner

Lampiran 3 : Hasil Penginputan Data Kuesioner

Lampiran 3 : Daftar Kuesioner Terdistribusi Dan Terpakai

Lampiran 4 : Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Lampiran 5 : Distribusi Responden Berdasarkan Usia

Lampiran 6 : Distribusi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Lampiran 7 : Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Lampiran 8 : Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Lampiran 9 : Distribusi Responden Berdasarkan Jumlah Tanggungan Keluarga

Lampiran 10 : Hasil Uji Validitas

Lampiran 11 : Hasil Uji Reliabilitas

Lampiran 12 : Uji Normalitas Histogram

Lampiran 13 : Uji Normalitas Probability Plot

Lampiran 14 : Uji Normalitas Data

Lampiran 15 : Uji Autokorelasi

Lampiran 16 : Pengujian Regresi Sederhana

Lampiran 17 : Hasil uji koefisien korelasi

Lampiran 18 : Hasil Perhitungan Uji t

Lampiran 19 : Dokumentasi

ABSTRAK

Nama Penyusun : Diyah Ayu Kusuma N
NIM : 10200113056
Judul Skripsi : Pengaruh Sinetron terhadap Konsumsi Barang (*Fashion*)
Pada Masyarakat Muslim di Kelurahan Amparita, Kecamatan
Tellu Limpoe, Kabupaten Sidrap

Sinetron merupakan salah satu tontonan yang paling digemari masyarakat di Kelurahan Amparita terlebih di waktu-waktu senggang. Banyaknya sinetron yang ditayangkan berarti semakin banyak pula pilihan judul dengan genre yang ditawarkan. Sinetron memiliki daya tarik karena sinetron selalu mengikuti perkembangan zaman. Masyarakat Amparita dikenal terbuka terhadap perkembangan zaman sehingga semua produk yang digunakan sebagai properti dalam sinetron menjadi *trend* di masyarakat. Fenomena seperti ini mampu mempengaruhi konsumsi masyarakat terhadap barang *Fashion*.

Penelitian ini merupakan penelitian *field research* dengan metode kuantitatif. Dimana pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner dan dokumentasi. Lalu teknik pengolahan dan analisis data yang dilakukan antara lain: uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji autokorelasi, analisis regresi sederhana, koefisien korelasi (R), koefisien determinasi (R^2), dan uji signifikan (uji $-t$ / t -test).

Hasil analisis dari penelitian ini menunjukkan bahwa regresi pengaruh antara sinetron terhadap konsumsi barang (*Fashion*) pada masyarakat muslim di Kelurahan Amparita, Kecamatan Tellu Limpoe, Kabupaten Sidrap menyatakan bahwa hubungan antara dua variabel tersebut tergolong dalam kategori yang cukup kuat ini menunjukkan bahwa sinetron berpengaruh positif terhadap konsumsi barang (*Fashion*) pada masyarakat muslim di Kelurahan Amparita, Kecamatan Tellu Limpoe, Kabupaten Sidrap.

Kata Kunci :Sinetron, Konsumsi Barang.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan sinetron di tanah air saat ini cukup pesat sejalan dengan perkembangan stasiun televisi itu sendiri. Hampir semua stasiun televisi saat ini menayangkan sinetron dengan tema yang hampir sama. Perkembangan ini ditandai dengan hadirnya beberapa stasiun televisi swasta. Kurang lebih ada 11 stasiun televisi swasta yang bersiaran di tanah air, belum lagi televisi-televisi lokal yang bertebaran di daerah-daerah. Di satu sisi, perkembangan tersebut sangat membanggakan karena menandakan teknologi di Indonesia berkembang. Namun, di sisi lain, berkaitan dengan program-program acaranya, banyak acara yang ditayangkan kurang memberikan unsur pendidikan bagi pemirsanya. Tak dapat dipungkiri, media televisi saat ini banyak menyedot perhatian pemirsa.

Secara umum, hampir sebagian slot waktu stasiun TV didominasi oleh sinetron. Waktu utama tayangan televisi pun semakin panjang. Jika beberapa tahun yang lalu waktu utama siaran televisi sekitar pukul 19.00 s.d 21.00 tetapi sekarang menjadi 18.00 s.d 23.00. Seperti yang dikutip dari ungkapan *Marketing and Communication Executive* AGB Nielsen, indikasi utama adalah acara-acara yang memiliki rating tinggi berada di waktu utama tersebut. Sebuah stasiun televisi swasta nasional ada yang memiliki slot waktu tayang sinetron dalam sehari mencapai 7 jam. Waktu penayangannya pun berada di waktu utama, yakni pukul 18.00 s.d 22.00

malam. Jika didefinisikan waktu utama sebagai waktu potensi paling besar pemirsa menyaksikan tayangan, maka demikian tinggi penghargaan terhadap sinetron.¹

Tidak dapat dipungkiri bahwa tayangan sinetron tersebut akan memberikan pengaruh baik atau buruk bagi penontonnya. Seperti dikatakan Mar'at bahwa acara televisi pada umumnya mempengaruhi sikap, pandangan, persepsi, dan perasaan penonton. Sikap, menurut Azwar, adalah suatu bentuk evaluasi/reaksi terhadap suatu objek, memihak/tidak memihak yang merupakan keteraturan tertentu dalam hal perasaan (*afeksi*), pemikiran (*kognisi*), dan predisposisi tindakan (*konasi*) seseorang terhadap suatu aspek di lingkungan sekitarnya. Adapun komponen sikap terdiri dari aspek *kognitif*, *afektif*, dan *konatif*. Aspek *kognitif* terbentuk dari pengetahuan dan informasi yang diterima yang selanjutnya diproses menghasilkan suatu keputusan untuk bertindak. Aspek *afektif* menyangkut masalah emosional subjektif sosial terhadap suatu objek. Secara umum komponen ini disamakan dengan perasaan yang dimiliki terhadap suatu objek. Aspek *konatif* menunjukkan bagaimana perilaku atau kecenderungan berperilaku yang ada dalam diri seseorang berkaitan dengan objek sikap yang dihadapinya.²

Masyarakat merupakan segmen penonton yang menyukai sinetron yang ditayangkan di televisi. Tayangan sinetron di televisi khususnya televisi swasta tampaknya telah mengubah pola kehidupan masyarakat. Banyak aktivitas yang

¹C. Suprapti Dwi Takariani, *Pengaruh Sinetron Remaja Di Televisi Swata Terhadap Sikap Mengenai Gaya Hidup Hedonis*, h.43.

²C. Suprapti Dwi Takariani, *Pengaruh Sinetron Remaja Di Televisi Swata Terhadap Sikap Mengenai Gaya Hidup Hedonis*, h.44.

ditinggalkan hanya sekedar agar tidak tertinggal menyaksikan sinetron di televisi kesayangannya.

Media massa menjadi salah satu faktor dalam pembentukan sikap masyarakat. Televisi sebagai salah satu media massa, mempunyai kelebihan dibandingkan dengan media massa lain, karena televisi secara *audio visual* menghadirkan gambar secara hidup sehingga penonton seolah-olah hadir dalam peristiwa yang disajikan, sehingga mampu membentuk pola *lifestyle* yang juga memberikan pengaruh pada pola konsumsi masyarakat. Seperti terlihat dalam tayangan sinetron yang bertemakan remaja, isi ceritanya menampilkan gaya hidup remaja metropolis yang cenderung kearah gaya hidup hedonis, ada juga menampilkan sisi religi serta kepedulian terhadap lingkungan sosialnya.

Data dari Lembaga Survei Nielson yang memaparkan jumlah penonton sepanjang kuartal pertama tahun 2011 untuk semua stasiun televisi di 10 kota besar di Indonesia naik sebesar 11,47% atau naik menjadi 6,8 juta penonton dibandingkan pada kuartal pertama tahun 2010 di mana jumlah penonton televisi sebanyak 6,1 juta penonton.³

Dari sekian banyak program acara yang disuguhkan di televisi, acara sinetron menjadi acara yang banyak digemari penonton, mulai dari anak-anak hingga orang dewasa karena, memang ada banyak sinetron yang dibuat untuk berbagai segmen. Rinawati menyebutkan bahwa sinetron merupakan singkatan dari sinema elektronik

³Rini Rinawati, Pengaruh Sinetron Terhadap Sikap Ibu-Ibu Mengenai Peran Ganda Wanita. *Mediator Jurnal Komunikasi*, Volume 3. No. 1, Juni 2002, h.108.

yang pada dasarnya sama dengan film. Bedanya, sinetron merupakan cerita yang berlanjut atau bersambung dan diambil dengan kamera video (secara elektronik). Saat ini tayangan sinetron banyak menghiasi stasiun televisi di Indonesia.⁴ Hampir semua stasiun televisi berlomba-lomba untuk memproduksi sinetron. Faktor yang mendorong lakunya permintaan terhadap tayangan sinetron di antaranya adalah daya tarik cerita dan tokoh cerita. Sinetron-sinetron yang ditayangkan stasiun televisi banyak menampilkan ceritacerita dengan tema kehidupan sehari-hari. Sebagai contoh, sinetron dengan judul “Cinta Fitri Season 6”, “Arti Sahabat”, yang disiarkan di Indosiar. Kemudian RCTI menyiarkan sinetron “Tukang Ojek Pengkolan”, “Dunia Terbalik”, “Tukang Bubur Naik Haji”. SCTV menyiarkan sinetron “Anak Langit”, “Pesantren Rock n, Roll Jilid 3”, “Orang Ketiga” kemudian ANTV menampilkan sinetron dari negara India “Jodha Akbar”, “Mahabarata”, “Utaran”, “Tapki”. Sinetron-sinetron tersebut kebanyakan ditayangkan pada *primetime* atau jam tayang utama. Tema cerita dari sinetron-sinetron tersebut hampir semuanya menampilkan cerita mengenai kehidupan sehari-hari dan mempunyai konflik utama yang hampir sama, yakni problema cinta, harta, dan keluarga. Tema cerita yang menggambarkan gaya hidup yang berbeda-beda dari yang sederhana sampai yang mewah dalam sinetron tersebut dikhawatirkan akan memengaruhi perilaku masyarakat terutama perilaku konsumtif yang nantinya akan berpengaruh pada gaya hidup masyarakat seperti gaya hidup hedonis dan gaya hidup serba instan. Kekuatan

⁴Rini Rinawati, Pengaruh Sinetron Terhadap Sikap Ibu-Ibu Mengenai Peran Ganda Wanita. *Mediator Jurnal Komunikasi*, Volume 3. No. 1, Juni 2002, h.110.

media sering menciptakan imitasi di kalangan masyarakat, mulai dari anak-anak hingga orang dewasa.

Penampilan para pemeran sinetron tidak jarang di tiru oleh penontonnya. Mereka mengikuti gaya dandanan, gaya hidup serta semua produk yang digunakan pemain dalam sinetron. Gaya hidup yang di bangun dalam sinetron mampu menjadi *trend* di masyarakat.⁵

Menurut Munandar gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang yang berinteraksi dengan lingkungannya, gaya hidup adalah perpaduan antara kebutuhan ekspresi diri dan harapan kelompok terhadap seseorang dalam bertindak berdasarkan pada norma yang berlaku.⁶

Banyak faktor yang memengaruhi gaya hidup masyarakat, yakni faktor internal dan eksternal. Faktor internal misalnya adalah lingkungan keluarga, dan pergaulan. Sementara faktor eksternal antara lain adalah tayangan televisi.

Tayangan sinetron di televisi yang ceritanya memberikan gambaran kenikmatan dan kesenangan, mimpi-mimpi, dan semakin jauh dari realitas telah menyihir penontonnya. Secara tidak sadar, para penonton telah tergiring untuk meniru gaya hidup yang disajikan para pemain sinetron. Dari uraian latar belakang penelitian tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul

⁵Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*. (Bandung: Remaja Rosdakarya.1998). h. 65.

⁶Imam Munandar, *Hedonisme*, . *Mediator Jurnal Komunikasi*, Volume 3. No. 1. Agustus 2012, h. 45.

pengaruh tayangan sinetron remaja di televisi swasta terhadap sikap mengenai gaya hidup hedonis.

Masyarakat Indonesia yang tinggal di desa, khususnya di Kelurahan Amparita, Kecamatan Tellu Limpoe, Kabupaten Sidrap banyak memiliki waktu luang, karena masyarakat desa bekerja di ladang dan sawah seharian penuh mulai dari pagi sampai menjelang malam hari. Pada malam harinya mereka beristirahat dan menghibur diri dengan menonton televisi. Televisi disini memang merupakan media hiburan bagi masyarakat desa di malam hari saat mereka bersantai. Dan semua tahu dengan jelas bahwa setiap hari mulai pukul 18.00 WITA sampai menjelang tengah malam semua program stasiun televisi menayangkan sinetron yang dijadikan solusi bagi masyarakat Indonesia untuk menghibur diri

Masyarakat pedesaan yang pada umumnya berprofesi sebagai petani, pedagang, buruh dan sebagainya. Dengan berbagai keterbatasan materi karena mata pencaharian yang dikerjakan hanya mampu memenuhi kebutuhan makanan saja, maka sering kali masyarakat pedesaan memaksa kehendaknya untuk dapat meniru penampilan dan gaya hidup pemeran di televisi seperti yang ditayangkan.

Berdasarkan kondisi inilah penulis tertarik mengangkat skripsi yang berjudul **“Pengaruh Sinetron terhadap Konsumsi Barang (*Fashion*) Pada Masyarakat Muslim di Kelurahan Amparita, Kecamatan Tellu Limpoe, Kabupaten Sidrap”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut : **“Apakah Sinetron Berpengaruh terhadap Konsumsi Barang (*Fashion*) pada Masyarakat Muslim di Kelurahan Amparita, Kecamatan Tellu Limpoe, Kabupaten Sidrap”**.

C. Hipotesis

Berdasarkan pokok masalah yang ditemukan, maka jawaban sementara dari masalah pokok adalah:

H_0 : diduga bahwa sinetron tidak berpengaruh terhadap konsumsi barang (*fashion*) pada masyarakat muslim di Kelurahan Amparita, Kecamatan Tellu Limpoe, Kabupaten Sidrap.

H_1 : diduga bahwa sinetron berpengaruh terhadap konsumsi barang (*fashion*) pada masyarakat muslim di Kelurahan Amparita, Kecamatan Tellu Limpoe, Kabupaten Sidrap.

D. Definisi Operasional

1. Pengaruh

Pengaruh memiliki arti daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan, atau perubahan seseorang.⁷

⁷Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, Kamus Besar Bahasa Indonesia edisi ketiga, (Jakarta: Balai Pustaka, 2005, h. 845.

2. Sinetron

Sinetron (sinema elektronik) adalah istilah yang sering digunakan untuk program bersambung yang produksi Indonesia yang disiarkan oleh stasiun televisi di Indonesia. Sinetron juga disebut sebagai *soap opera* (opera sabun) istilah dalam bahasa Inggris. Seomardjono adalah orang pertama yang mengenalkan istilah sinetron di Indonesia.

Sinetron juga merupakan media yang memberikan pengaruh terhadap gaya hidup masyarakat karena cerita yang lebih realistis. Dalam sinetron terdapat item-item yang mampu menarik perhatian penonton diantaranya adalah properti dan *wardrobe*. Seperti *handphone*, kendaraan, pakaian dan lainnya yang selalu menjadi *trend* di masyarakat dan menjelma menjadi kebutuhan masyarakat.

3. Konsumsi

Konsumsi adalah suatu kegiatan yang bertujuan menggunakan manfaat dari barang atau jasa dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan hidup.⁸ Pola konsumsi adalah susunan kebutuhan seseorang terhadap barang dan jasa yang akan dikonsumsi dalam jangka waktu tertentu, yang dipenuhi dari pendapatan. Konsumsi sendiri terbagi atas tiga yaitu: primer, sekunder dan tersier.

Konsumsi seseorang dapat dipengaruhi oleh berbagai hal salah satunya adalah media hiburan. Media hiburan yang paling diminati oleh masyarakat adalah sinetron.

⁸Ahmad Muslim. "Peranan Konsumsi dalam Perekonomian Indonesia dan Kaitannya dengan Ekonomi Islam", *Jurnal al-Azhar Indonesia seri Pranata Sosial*. 1, No. 2, September 2011.

Untuk mengisi waktu senggang lebih banyak dihabiskan untuk menonton sinetron dan hal tersebut mampu memberikan pengaruh pada penontonya. Dalam sinetron sendiri terdapat item-item barang kebutuhan yang biasa digunakan masyarakat. Sehingga masyarakat mendapatkan informasi dan perkembangan barang kebutuhan yang terbaru yang sedang *trend* baik itu kebutuhan primer, sekunder dan tersier.

4. Masyarakat Muslim

Pengertian masyarakat adalah sejumlah besar orang yang tinggal dalam wilayah yang sama, relatif independen dan orang-orang di luar wilayah itu, dan memiliki budaya yang relatif sama.⁹

Muslim secara harfiah berarti “seseorang yang berserah diri” yakni berserah kepada Allah swt. Muslim ialah orang yang tunduk patuh mengikuti secara lahir batin terhadap ajaran-ajaran islam yang dibawa oleh Nabi Muhammad saw selaku utusan Allah swt. Jadi, masyarakat muslim adalah sejumlah besar orang yang tinggal dalam satu wilayah yang sama dan beragama Islam.

E. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah sinetron berpengaruh terhadap konsumsi barang (*fashion and technology*) pada masyarakat muslim di Kelurahan Amparita, Kecamatan Tellu Limpo, Kabupaten Sidrap.

⁹Zulfaidah Indriana, “*Masyarakat dan Kriteria Masyarakat Ekonomi*”, (Jakarta: Prenata Media, 2009), h. 35.

F. Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari penelitian ini adalah:

1. Kegunaan teoritis
 - a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang Ekonomi Islam, yaitu mengenai pengaruh sinetron terhadap pola konsumsi masyarakat dalam tinjauan Ekonomi Islam.
 - b. Diharapkan dapat menjadi salah satu referensi bagi para peneliti lain yang ingin melakukan penelitian yang terkait dengan pengaruh sinetron terhadap pola konsumsi masyarakat dalam tinjauan Ekonomi Islam.
2. Kegunaan praktis
 - a. Penelitian ini diharapkan memberikan sumbangan pemikiran bagi pihak rumah produksi, pemerintah serta masyarakat mengenai pengaruh sinetron terhadap pola konsumsi dalam hal ini pola konsumsi masyarakat di desa Amparita.
 - b. Menjadi bahan dalam pemecahan masalah masyarakat dengan tingkat konsumerisme tinggi yang dipengaruhi oleh media massa contohnya sinetron.

BAB II

TINJAUAN TEORITIS

A. Media Hiburan di Indonesia

Revolusi teknologi yang terjadi pada awal abad ke 20 memberikan pengaruh pada peningkatan ukuran dan frekuensi media cetak, serta memunculkan aneka media baru seperti film, radio, dan televisi.

Sebenarnya Indonesia merupakan negara yang tidak kalah maju dalam dunia pertelevisian khususnya di kawasan Asia. Siaran televisi pertama kalinya ditayangkan tanggal 17 Agustus 1962 yaitu bertepatan dengan peringatan Hari Kemerdekaan Republik Indonesia yang ke XVII. Pada saat itu, siaran hanya berlangsung mulai pukul 07.30 sampai pukul 11.02 WIB untuk meliput upacara peringatan hari Proklamasi di Istana Negara. Namun yang menjadi tonggak Televisi Republik Indonesia (TVRI) adalah ketika Indonesia menjadi tuan rumah Asian Games ke IV di Stadion Utama Senayan. Dengan adanya perhelatan tersebut maka siaran televisi secara kontinyu dimulai sejak tanggal 24 Agustus 1962 dan mampu menjangkau seluruh dua puluh tujuh propinsi yang ada pada waktu itu.¹¹

Seiring dengan kemajuan demokrasi dan kebebasan untuk berekspresi, pada tahun 1989 pemerintah mulai membuka izin untuk didirikannya televisi swasta. Tepatnya tanggal 24 Agustus 1989 Rajawali Citra Televisi atau RCTI mulai siaran

¹¹Muhammad Yasin, “Sejarah Sinetron Indonesia”, Tabloid Al-Hikmah edisi 34, (2010), h. 27.

untuk pertama kalinya. Siaran pada waktu itu hanya mampu diterima dalam ruang lingkup yang terbatas yaitu wilayah JABOTABEK saja kemudian daerah lain memanfaatkan *decoder* untuk merelay siarannya.

Setelah RCTI kemudian disusul berurutan oleh Surya Citra Televisi (SCTV) pada tahun 1990 dan Televisi Pendidikan Indonesia (TPI) pada tahun 1991. Siaran nasional RCTI dan SCTV baru dimulai tahun 1993 kemudian pada tahun 1994 berdiri ANTeve dan Indosiar. Hingga saat ini tercatat ada 11 stasiun televisi yang mengudara secara nasional, selain stasiun tersebut di atas ada Trans TV, Global TV, Lativi, Metro Tv dan TV7.

Dibukanya kebebasan pers dalam era reformasi ini bukan tidak menimbulkan banyak tantangan, ketika dunia pertelevisian kita yang dinilai oleh Garin Nugroho sebagai bayi yang langsung diajak menjadi dewasa dengan berbagai permasalahan, khususnya sumber daya manusia. Percepatan transformasi yang dipaksakan tersebut menjadikan kultur industri televisi bertumbuh setengah jadi yang berwajah dua. Pada satu wajah, percepatan industri televisi melahirkan percepatan sumber daya manusia pada teknologi dan manajemen produksi dalam pertumbuhan berskala deret ukur. Sementara, pada wajah lain, kreativitas mengelola ide bertumbuh deret hitung. Sebutlah, kelangkaan penulis skenario hingga ide. Pada aspek apresiasi, masyarakat diperkenalkan dengan berbagai jenis program televisi dari berbagai bentuk kuis, *talks show*, opera sabun hingga *variety show*.¹² Inilah transformasi masyarakat lisan dan

¹²Heider, Karl GO, “*Sinema Indonesia: Kultur Nasional dalam Layar*”, (Hawa’i Press, 1997), h. 356.

baca menjadi masyarakat televisi. Sebuah migrasi besar-besaran panduan media yang menjadikan seluruh kehidupan akan mendapatkan bias dari televisi. Ketika jumlah stasiun televisi swasta terus meningkat pesat, ekonomi masih mengalami krisis, kue iklan hampir sama, dan tatanan status dan peran televisi baik nasional diatur oleh Undang-Undang Penyiaran yang disatu sisi masih menimbulkan pro dan kontra di masyarakat pertelevisian.

Melihat dari sisi media televisi (swasta) sebagai industri, memang menjadi sebuah dilema dan permasalahan tersendiri antara idealisme program siaran yang akan disajikan dengan pertarungan untuk mendapatkan “pendapatan” agar mampu mempertahankan eksistensinya. Masyarakat *audience* sebagai tolok ukur sajian program siaran juga menjadi kurang objektif ketika dihadapkan pada kebutuhan pelaku iklan sebagai nyawa industri televisi. Maka tidak heran jika satu produk sebuah televisi yang banyak diminati (berdasarkan polling SRI yang belum tentu akurat) kemudian akan diikuti secara berbondong-bondong oleh stasiun yang lainnya. Keseragaman yang tidak mungkin menimbulkan kebingungan masyarakat. Bahkan secara umum masing-masing stasiun televisi di Indonesia belum punya identitas diri agar lebih mudah dikenal masyarakat. Menurut pandangan penulis baru Metro TV saja yang dari awal mengukuhkan dirinya sebagai stasiun *news*, meskipun di beberapa jam siarnya masih “tergoda” untuk menyiarkan program hiburan.¹³

¹³Muhammad Yasin, “Sejarah Sinetron Indonesia”, Tabloid Al-Hikmah edisi 34, (2010), h. 29.

Di era reformasi sekarang ini pemerintah membuka kebijakan untuk membuka selebar-lebarnya kebebasan pers. Hal ini menimbulkan suasana baru di bidang jurnalistik cetak maupun elektronik tidak terkecuali media televisi. Hal yang paling mencolok adalah menjamurnya stasiun-stasiun televisi lokal yang didirikan di beberapa daerah. Namun sayang karena kurangnya sumber daya manusia yang kompatibel atau faktor manajemen perusahaan yang kurang mapan atau bahkan kurang jeli dalam membidik peluang program siaran kelokalan yang cocok untuk kultur *audience* lokal, maka banyak dijumpai stasiun televisi lokal yang belum begitu maju dan hanya terkesan bertahan atau bahkan gulung tikar. Hal ini dapat dilihat adanya benang merah ketika membandingkan televisi lokal yang harus berusaha bertarung untuk menggaet pemirsa lokalnya dengan televisi nasional dengan daya tarik sajian program acaranya yang mampu menjangkau *audience* secara luas.¹⁴

Selain permasalahan di atas, televisi lokal sekarang harus berjuang lebih keras dengan adanya persoalan Rancangan Peraturan Pemerintah tentang penyiaran yang berpotensi membatasi banyak hal di dunia penyiaran kita. Rancangan Peraturan Pemerintah tentang penyiaran ini dalam realitanya sangat tidak sejalan dengan UU Penyiaran, yang seharusnya di pegang oleh Komisi Penyiaran Indonesia (KPI), banyak terpangkas dengan kewenangan Pemerintah yang terlalu besar. Sehingga mengingatkan kita pada jaman orde baru yang serba mengikat dan tak mendapat kebebasan dari pemerintah (**Asosiasi Televisi Lokal Indonesia**). Hal ini tentunya

¹⁴Muhammad Yasin, “Sejarah Sinetron Indonesia”, Tabloid Al-Hikmah edisi 34, (2010), h. 30.

menjadi keprihatinan, ketika televisi lokal yang diharapkan sebagai warna baru dunia penyiaran tanah air dan menjadi salah satu media massa yang menjadi kebanggaan masyarakat daerah dengan semangat kelokalan/otonomi daerah sudah harus berhadapan dengan berbagai tantangan. Berbagai daerah selama ini di sadari kurang optimal diangkat dalam wujud audio visual. Sehingga kehadiran televisi lokal, menjadi solusi penting untuk hal tersebut. Paket tayangan yang bermaterikan sosial, budaya, pariwisata, ekonomi, dan unsur kedaerahan lainnya tentunya menjadi suatu kebutuhan bagi seluruh lapisan masyarakat tersebut, demi optimalisasi pembangunan setempat. Termasuk diantaranya harapan atas peluang pembukaan lapangan pekerjaan baru bagi daerah.¹⁵

Televisi adalah media yang paling populer dan media yang paling massal saat ini sehingga apabila tayangan itu dilakukan di televisi maka akan terkonstruksi sebuah *image* yang lebih baik dari yang semestinya.¹⁶

Pada dasarnya media televisi mempunyai peranan pokok yaitu memberikan informasi atau pesan yang mengandung unsur pendidikan, penerangan, hiburan dan promosi. Dengan tugas dan peranan yang harus diemban diiringi dengan tumbuhnya kompetisi dari sekian banyak jumlah stasiun televisi maka merupakan tantangan yang harus dihadapi oleh pihak yang berkecimpung pada media penyiaran ini. Upaya meraih perhatian khalayak sebanyak mungkin tentunya juga menjadikan medan

¹⁵Gunawan Susilo, "Sejarah Media Televisi dan Perkembangannya di Indonesia", Media Kita edisi 26, (2016), h. 19.

¹⁶Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi*, (Jakarta: Kencana ,2006), h. 154.

perang bagi para kompetitor untuk menyajikan progam-program siarannya semenarik mungkin. Upaya menghadirkan nontonan yang menarik khalayak para pemilik televisi swasta menayang drama tv atau lebih akrab di sebut sinetron.

Di Indonesia, istilah sinetron pertama kali dicetuskan oleh Bapak Soemardjono, salah satu pendiri Institut Kesenian Jakarta (IKJ). Tak banyak yang mengetahui jika sinetron adalah kepanjangan dari Sinema Elektronik. Disebut demikian, sebab sinetron adalah sebuah tayangan sinema (film) berseri yang ditonton melalui media elektronik (baca : TV). Sinetron berbeda dengan film. Sinetron adalah sebuah tayangan berseri yang dibuat (bisa) sampai berpuluh- puluh episode sementara Film adalah sebuah tayangan lepas serta berdurasi pendek¹⁷.

Sepanjang tahun 90-an, istilah sinetron mulai banyak digunakan. Tayangan sinetron pun mulai membanjiri saluran tv swasta. Sebutlah diantaranya Lenong Rumpi, Si Cemplon, Si Doel Anak Sekolahan dan masih banyak lainnya. Diantara sinetron-sinetron yang ada pada masa itu, Si Doel Anak Sekolahan adalah sinetron paling populer dan mendapat tempat di hati masyarakat. Buktinya, sinetron Si Doel dibuat hingga beberapa sekuel. Pemeran utamanya adalah Rano Karno, bintang film tahun 80-an.

Memasuki tahun 1995 hingga 1998, tema sinetron sedikit bergeser. Para sutradara membuat sinetron yang diadaptasi dari film layar lebar tahun 80-an, misalnya Lupus, Olga dan Catatan Si Boy. Di era ini pula, sinetron dari negeri latin

¹⁷Andi Nugraha, "Sejarah Perkembangan Sinetron di indonesia", *Jurnal Media dan Komunikasi* 2 No. 3, Juni (2011), h. 37.

alias telenovela membanjiri layar kaca Indonesia. Diantara yang populer adalah Maria Mercedes yang melambungkan nama pemainnya, Thalia.

Berikutnya di tahun 1998, Multivision Plus sebagai salah satu perusahaan pembuat film / Production House di Indonesia, membuat sinetron Tersanjung. Sinetron ini adalah sinetron terpanjang yang pernah dibuat, terdiri dari 356 episode yang dibagi beberapa sekuel. (Terakhir, sinetron terpanjang adalah Cinta Fitri yang sudah 5 sesion). Pada masa ini, tema sinetron kembali berubah. Kebanyakan sinetron yang diproduksi merupakan adaptasi dari novel- novel terkenal seperti Karmila.

Era Millenium, yang ditandai pergantian tahun dari 1999 ke 2000 menjadi puncak bagi dunia sinetron Indonesia. Tema sinetron lebih beragam, mulai dari horor sampai kehidupan masyarakat Jakarta. Hingga kini terdapat beberapa pembagian jenis sinetron misalnya : sinetron religi (agama), sinetron komedi, sinetron horor, sinetron dewasa, sinetron remaja dan sinetron anak.

Dengan adanya warna baru dunia pertelevisian Indonesia ini maka masyarakat sebagai konsumen media ini mempunyai banyak pilihan untuk mengakses informasi yang akan didapatnya dengan memilih *channel* favorit mereka. Adanya televisi swasta ini jelas didorong oleh adanya pelaku di bidang ini yang tidak semata hanya sebagai penyelenggara siaran namun berlandaskan pada landasan bisnis. Kapitalisme industri televisi Indonesia memang sangat berpengaruh besar pada sajian tayangan yang diberikan kepada khalayak.¹⁸

¹⁸Seputar Indonesia, 20 Agustus 2014, h. 7.

Pauline Kael berpendapat tentang kerangka ekonomi terhadap media massa. kita tidak bisa lagi membedakan iklan hiburan dari sampul depan majalah nasional karena semuanya menampilkan seorang aktor yang mempromosikan filmnya, juga dari sampul belakang majalah yang menampilkan aktor lain mempromosikan rokok, dan secara tidak langsung mempromosikan filmnya. Televisi sering menampilkan acara promosi dengan para selebritis untuk menjual apa saja (buku, kaset rekaman, klub malam, film) dan itu pun masih diselengi dengan iklan-iklan lainnya.¹⁹

Tidak dapat dipungkiri peran televisi saat ini semakin besar dan peranannya sebagai media komunikasi visual sangat luar biasa dibandingkan media massa yang lain. Televisi mampu mengkomunikasikan pesan-pesannya dengan cara yang sangat sederhana lewat pancaran sinar yang dibentuk oleh garis-garis tabung elektronik dan bersifat sepiantas atau *transitory*. Maka pesan yang disampaikan harus lebih mudah dipahami dalam sekilas dan dengan jenjang konsentrasi yang tidak setinggi seperti membaca misalnya. Pesan-pesan yang harus bersifat begitu sederhana itu, dengan idiom-idiom gambar yang sangat universal sehingga tayangan untuk orang dewasa pun dengan mudah pula dipahami oleh anak-anak. Pesan-pesan yang disampaikan secara audio (bahasa tutur) berentang kosakata sangat terbatas menyebabkan interaksi televisi dengan pemirsa dianggap selesai segera setelah informasi lewat tanpa dapat direvisi, diverifikasi apalagi dievaluasi. Munculnya televisi menghadirkan suatu

¹⁹William L. Rivers, Jay W. Jensen dan Theodore Peteron, *Media Massa Dan Masyarakat Modern*, edisi ke 2, (Jakarta: Kencana, 2008), h. 180.

revolusi dimana manusia dihadapkan pada jaman komunikasi visual pada layar televisi.

Daya tarik televisi yang sangat luar biasa juga menimbulkan pengaruh yang sangat kuat akan dampak dari sebuah siaran televisi. Kekuatan untuk membentuk opini masyarakat secara global dan cepat dan menciptakan efek-efek yang luar-biasa yang mampu mengubah dan mempengaruhi perilaku pemirsanya harus diimbangi dengan lahirnya kebijakan maupun etika dalam mengatur media ini agar dapat berfungsi sebagaimana mestinya.

B. *Gaya Hidup dan Konsumsi Masyarakat Muslim*

a. *Gaya hidup*

Gaya hidup adalah pola hidup di dunia yang di ekspresikan oleh kegiatan, minat, dan pendapatan seseorang. Gaya hidup menggambarkan “seseorang secara keseluruhan” yang berinteraksi dengan lingkungan. Gaya hidup juga mencerminkan sesuatu di balik kelas sosial seseorang.²⁰

Di era modern, gaya hidup dan pola konsumsi telah menjadi suatu *trend* bagi setiap kelompok manusia: remaja, dewasa dan orang tua. Kondisi ini berkembang sejalan dengan ilmu pengetahuan dan teknologi, pergeseran peradaban dan perubahan sosial di kota-kota besar. Dari segi perilaku gaya berpakaian atau berbusana dapat dianalisis bahwa orang modern ketika membeli pakaian, selain melihat merk juga menyikapi trend terkini.

²⁰Bagong Suyanto, *Sosiologi Ekonomi*, (Jakarta: Kencana, 2014), h.144.

Akhirnya realitas sosial yang demam dengan gaya pakaian para model, artis atau orang-orang yang sibuk didunia entertainment. Paduan jeans, oblong ketat, dan kerudung merupakan gaya yang cukup digandrungi oleh setiap remaja putri, dewasa muda dan dewasa. Bagi remaja putra dewasa, selain mengikuti tren juga menghiasai diri dengan tato, kalung dan sejumlah aksesoris lainnya.

Kondisi yang sama juga bisa dilihat dari gambaran perilaku masyarakat kita dalam mengonsumsi makanan, minuman atau keperluan kebutuhan hidup sehari-hari. Tersedianya berbagai merek produksi pangan dan minuman seperti biskuit, snack, coklat, buah-buahan dan minuman yang bermerek yang dikemas secara apik di sejumlah mini market. Pasar swalayan, atau pusat perbelanjaan menyedot masyarakat untuk mengonsumsinya sebagai suatu kebutuhan sehari-hari.²¹

Lebih jauh kita juga dapat menganalisis individu-individu saat ini, dimana mereka lebih senang makan atau minum di luar rumah daripada di rumah akibat tersedianya berbagai cafetaria, warung pojok, atau restoran cepat saji di pinggir jalan atau di mall megah telah memengaruhi pola makan. Orang lebih senang mengajak keluarga, pacar, sahabat atau teman untuk bertandang ke KFC, McDonald, A&W daripada akan dan minum bersama di rumah.²²

Perilaku konsumtif dari seseorang juga tergantung seberapa besar pengaruh gaya hidup yang ada di lingkungan sekitarnya dan kelas sosial yang dimiliki tiap

²¹Andi Bahri, “*Etika Konsumsi dalam Perspektif Islam*”, Jurnal Studia Islamika. 11, No. 2, Desember (2014), h. 2.

²²Alfitri, “*Budaya Konsumerisme Masyarakat Perkotaan*”, Majalah Empirika. XI, No. 01, (2007).

individu. Keadaan ekonomi tiap individu yang berbeda dapat mempengaruhi diri mereka untuk mengkonsumsi barang yang berlebihan.²³

Apa yang dilakukan manusia adalah tidak terlepas dari kombinasi pelibatan sejumlah dimensi psikologis, seperti kognisi (pikiran) dan afeksi (perasaan) sehingga memunculkan konasi (perilaku) tertentu dalam kehidupannya. Sebelum individu bertindak, ia selalu menggunakan pikirannya agar perbuatan yang dilakukan berhasil dengan baik. Penggunaan daya pikir ini bertujuan untuk menciptakan sesuatu yang dianggap baru dan berguna. Dengan penggunaan daya pikir secara optimal, maka secara beruntun orang akan berkembang daya rasa dan karsa manusia.

Diakui atau tidak, kondisi modernisasi mengakibatkan sejumlah perubahan sosial dan merongrong sistem nilai tradisional masyarakat. Tidak semua orang mampu menyesuaikan diri dengan modernisasi dan perubahan sosial yang pada gilirannya menimbulkan ketegangan (stressing) pada diri individu. Banyak orang terpujau dengan modernisasi, gaya hidup dan pola konsumsi. Mereka menyangka modernitas akan membawa kebahagiaan dan kesejahteraan. Orang tidak menyadari bahwa dibalik modernisasi yang serba gelap memukau itu ada gejala mental yang dinamakan dengan *the agony of modernization*, yaitu azab - sengsara karena modernisasi.²⁴

²³Kurniati, "Teori Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Islam", *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia* VI, No. 1, Juni (2016), h. 47.

²⁴Safuwani, "Gaya Hidup, Konsumerisme dan Modernitas", *Jurnal SUWA Universitas Malikussaleh* 5, No. 1, (2007), h. 42.

Modernisasi dan industrialisasi adalah suatu proses yang tidak dapat dielakkan, dimana teknologi dan pengetahuan merupakan urat nadinya. Namun perlu diketahui bahwa modernisasi dan sejumlah aksesorisnya seperti gaya hidup, pola konsumsi, cara bergaul dan sebagainya bukan tidak berdampak bagi kehidupan manusia dibidang psikologidan kesehatan mental.

Apa yang ditawarkan dunia moderen adalah sesuatu yang riil dan tidak seorangpun yang dapat menghambatnya, apalagi menghalanginya. Mau tidak mau, suka tidak suka, senang tidak senang, orang yang hidup di alam moderen akan menghadapi dan mencicipi segala suguhan modern.

Hubungan Konsumsi dan Gaya Hidup diibaratkan seperti magnet yang saling tarik menari satu sama lain. Weber memberikan pendapat “mengatakan bahwa konsumsi terhadap suatu barang merupakan gambaran gaya hidup tertentu dari kelompok status tertentu”.²⁵ Konsumsi terhadap barang merupakan landasan bagi penjenjangan dari kelompok status. Sehingga situasi kelas ditentukan oleh ekonomi sedang situasi status ditentukan oleh penghargaan sosial. Misalnya, pada masyarakat pedesaan, status guru dan pedagang lebih tinggi guru walaupun pendapatannya lebih besar pedagang. Hal ini dikarenakan guru mempunyai peluang yang besar untuk mencari peluang tambahan. Sebagai contoh bekerja sampingan sebagai pedagang. Guru akan lebih berhasil dari pada pedagang tulen karena masyarakat menganggap guru adalah orang yang berpendidikan dan tidak mungkin berbuat curang. Sehingga

²⁵George Ritzer dan Barry Smart, “*Consumption and Lifestyle*” alih bahasa M. Khairil, (2004), h. 45.

orang akan cenderung berbelanja pada guru. Atau pada masyarakat perkotaan, para pengusaha berhak mendapat gelar bangsawan karena dia mampu memberi suatu sumbangan pada keraton. Walau ada pihak yang lebih berhak mendapat gelar tersebut.²⁶

Hal – hal yang melatar belakangi timbulnya gaya hidup di masyarakat :

1. Faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup

Amstrong menyatakan bahwa terdapat dua faktor yang mempengaruhi gaya hidup, yaitu dari dalam diri individu (internal) dan luar (eksternal).²⁷

a. Faktor Internal

1) Sikap

Sikap berarti suatu keadaan jiwa dan keadaan pikir yang dipersiapkan untuk memberikan tanggapan terhadap sesuatu. Melalui sikap, individu memberi respon positif atau negatif terhadap gaya. Keadaan jiwa dipengaruhi oleh tradisi, kebiasaan, kebudayaan dan lingkungan sosialnya.

2) Pengalaman dan Pengamatan

Pengalaman mempengaruhi pengamatan sosial dalam tingkah laku. Pengalaman diperoleh dari tindakan di masa lalu. Hasil dari pengalaman sosial

²⁶Debby Ingan Malem Taringan, “Kajian Gaya Hidup Masyarakat di Kelurahan Bahu Kecamatan Malalayang Kota Manado”, *e -journal “Acta Diurna”* 4. No.4, (2015), h. 5.

²⁷Dalan Nugraheni, “*Gaya Hidup dan Pengaruhnya terhadap Perilaku Konsumsi*” (Surabaya: Tiga Cendekia Press, 2003), h. 32.

membentuk pandangan terhadap suatu objek. Seseorang tertarik dengan suatu gaya hidup tertentu berdasarkan pengalaman dan pengamatan.²⁸

3) Kepribadian

Kepribadian adalah konfigurasi karakteristik individu dan cara berperilaku yang menentukan perbedaan perilaku dari setiap individu. Kepribadian mempengaruhi selera yang dipilih seseorang, sehingga mempengaruhi pula bagaimana gaya hidupnya.

4) Konsep Diri

Konsep diri menggambarkan hubungan antara konsep diri konsumen dengan *brand image*. Bagaimana individu memandang dirinya akan mempengaruhi minat terhadap suatu objek. Konsep diri sebagai inti dari pola kepribadian akan menentukan perilaku individu dalam menghadapi permasalahan hidupnya.

5) Motif

Perilaku individu muncul karena adanya motif kebutuhan untuk merasa aman dan kebutuhan terhadap barang, jika motif seseorang terhadap kebutuhan akan prestise itu besar, maka akan membentuk gaya hidup yang cenderung mengarah kepada gaya hidup hedonis.

6) Persepsi

Persepsi adalah proses dimana seseorang memilih, mengatur, dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk suatu gambar yang berarti mengenai dunia.²⁹

²⁸Kurniati, "Teori Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Islam", *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia* VI, No. 1, Juni (2016), h. 47.

b. Faktor Eksternal³⁰

1) Kelompok Referensi

Kelompok referensi adalah kelompok yang memberikan pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap dan perilaku seseorang. Pengaruh-pengaruh tersebut akan menghadapi individu pada perilaku dan gaya hidup tertentu.

2) Keluarga

Keluarga memegang peranan terbesar dan terlama dalam pembentukan sikap dan perilaku individu. Hal ini karena pola asuh orang tua akan membentuk kebiasaan anak yang secara tidak langsung mempengaruhi pola hidupnya.

3) Kelas Sosial

Kelas sosial juga mempengaruhi gaya hidup. Ada dua unsur pokok dalam sistem sosial pembagian kelas dalam masyarakat, yaitu kedudukan dan peran. Hierarki kelas sosial masyarakat menentukan pilihan gaya hidup.

4) Kebudayaan

Kebudayaan yang meliputi pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, hukum, adat istiadat, dan kebiasaan-kebiasaan yang diperoleh individu sebagai anggota masyarakat. Kebudayaan terdiri dari segala sesuatu yang dipelajari dari pola-pola perilaku yang normatif, meliputi ciri-ciri pola pikir, merasakan dan bertindak.

²⁹Kurniati, "Teori Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Islam", *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia* VI, No. 1, Juni (2016), h. 48.

³⁰Kurniati, "Teori Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Islam", *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia* VI, No. 1, Juni (2016), h. 48.

2. Perubahan Sosial

Dalam gaya hidup masyarakat kota pada umumnya mengalami perubahan sosial yang dipengaruhi oleh faktor westernisasi, sebab kehidupan sosial bersifat dinamis. Perubahan sosial merupakan gejala sosial yang normal yang tidak dapat dipandang hanya satu sisi, sebab perubahan ini mengakibatkan perubahan di sektor-sektor lain.³¹

Menurut Selo Soemardjan menyatakan perubahan sosial adalah segala perubahan pada lembaga-lembaga kemasyarakatan di dalam suatu masyarakat, yang dapat mempengaruhi sistem sosialnya, termasuk di dalamnya nilai-nilai, sikap-sikap dan pola-pola perikelakuan diantara kelompok-kelompok dalam masyarakat.

Hans Garth dan C.Wright Mills mendefinisikan perubahan sosial yang terjadi pada kemunculan, perkembangan, dan kemunduran dalam kurun waktu tertentu terhadap peran, lembaga, atau tatanan yang meliputi struktur sosial.

Koentjaraningrat berpendapat, westernisasi adalah usaha meniru gaya hidup orang barat. Secara kongkrit, meniru secara berlebihan gaya pakaian orang barat dengan cara mengikuti mode yang berubah dengan cepat, meniru gaya berbicara dan adat sopan santun pergaulan orang barat, meniru pola-pola bergaul, pola-pola berpesta, pola rekreasi, dan lain sebagainya.³²

³¹Debby Ingan Malem Taringan, "Kajian Gaya Hidup Masyarakat di Kelurahan Bahu Kecamatan Malalayang Kota Manado", *e-journal "Acta Diurna"* 4. No.4, (2015), h. 7-8.

³²Debby Ingan Malem Taringan, "Kajian Gaya Hidup Masyarakat di Kelurahan Bahu Kecamatan Malalayang Kota Manado", *e-journal "Acta Diurna"* 4. No.4, (2015), h. 7-8.

Gaya hidup yang dibentuk oleh individu, masyarakat dan kelompok akan membentuk sebuah struktur konsumsi.

- a. Struktur masyarakat dan etnis menentukan sebagian besar dari apa yang ada di beli dan di gunakan oleh konsumen.
- b. Sistem hukum dan pemerintah ialah bagian dari budaya suatu bangsa. Sistem tersebut menentukan apa yang dapat ditawarkan oleh penyuplai, cara-cara produk dapat dipasarkan, dan tingkat dimana konsumen dibolehkan bertindak berdasarkan preferensi mereka.

b. Konsumsi masyarakat muslim

Pada umumnya orang berpendapat bahwa kebutuhan konsumsi manusia hanya terdiri dari pangan, sandang, dan papan. Tanpa terpenuhinya ketiga jenis kebutuhan ini manusia tidak dapat bertahan hidup dengan baik. Ketiga kebutuhan itu memang sangat penting untuk keberlangsungan hidup manusia tetapi belum ada muatan spiritual. Pandangan Islam lebih luas dari sekedar pangan, sandang, dan papan, sebab mereka hanya dengan urusan duniawi semata. Menurut al-Syathibi, rumusan kebutuhan manusia dalam Islam terdiri dari tiga jenjang³³, yaitu:

1. Dharuriyat yang mencakup

- a. Agama (din),
- b. Kehidupan (nafs),
- c. Pendidikan (‘aql),

³³Muhammad Muflih, *Pengaruh Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, (Jakarta: Rajawali, 2006), h.66.

d. Keturunan (nasl), dan

e. Harta (mal).

2. *Hajiyat*. Jenjang ini merupakan pelengkap yang mengkokohkan, menguatkan, dan melindungi jenjang *dharuriyat*.

3. *Tahsiniyat*. Jenjang ini merupakan penambah bentuk kesenangan dan keindahan *dharuriyat* dan *hajiyat*.

Lima kebutuhan dharuriyah (esensial) yang mencakup din, nafs, 'aql, nasl, dan mal merupakan satu kesatuan yang tak dapat dipisahkan. Bila ada satu jenis yang sengaja diabaikan, akan menimbulkan ketimpangan dalam hidup manusia. Manusia hanya dapat melangsungkan hidupnya dengan baik.

Perbedaan ekonomi konvensional dalam memandang kebutuhan konsumsi manusia. Ekonomi islam menganut prinsip keadilan dan keihsanan. Dalam islam, perilaku konsumen digerakkan oleh keseluruhan aktivitas unsur manusia, yakni *ruh*, *nafs*, *'aql* dan *qalb*. mereka menimbulkan daya konsumsi manusia dalam menyeimbangkan kepentingan duniawi dan ukhrawi, memperhitungkan konsumsi saat ini dan akan datang, dengan *hajiyat*, dan memperindahkannya dengan *tahsiniyat*, dan menggunakan *chois between substitutes* manakala diperlukan.³⁴

C. Dampak Sinetron terhadap Masyarakat dan Pandangan Islam

Televisi merupakan media massa yang terpopuler dikalangan masyarakat neraga berkembang termasuk indonesia. Hampir 90 persen penduduk negara

³⁴Muhammad Muflih, *Pengaruh Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, (Jakarta: Rajawali, 2006), h.72.

berkembang mengenal dan manfaat televisi sebagai sarana hiburan, informasi, edukasi dan lain sebagainya.³⁵ Dengan demikian televisi tidak pernah tembang pilih dalam menjangkau konsumennya yang dari berbagai kalangan masyarakat. Televisi seakan menjadi magnet bagi setiap orang yang menontonnya apalagi dengan adanya berbagai macam program yang ditayangkan termasuk salah satunya adalah sinetron itu sendiri. Dengan menonton seseorang mampu melupakan kegiatannya demi menonton sinetron favoritnya. Ini merupakan dampak negatif yang ditimbulkan oleh sinetron. Seorang muslim wajib untuk menjaga waktu dengan sesuatu yang bermanfaat menghibur diri dengan menonton bukanlah sebuah kesalahan tetapi jika kita sampai melupakan tugas dan kewajiban maka hal tersebut jatuh pada sesuatu yang tidak baik. Seperti dalam firman Allah swt. Dalam Q.S Al-Fathir /35: 37.

وَهُمْ يَصْطَرِحُونَ فِيهَا رَبَّنَا أَخْرِجْنَا نَعْمَلْ صَالِحًا غَيْرَ الَّذِي كُنَّا نَعْمَلُ ۖ أَوَلَمْ نُعَمِّرْكُم مَّا

يَتَذَكَّرُ فِيهِ مَن تَذَكَّرَ وَجَاءَكُمُ النَّذِيرُ فَذُوقُوا فَمَا لِلظَّالِمِينَ مِن نَّصِيرٍ ﴿٣٧﴾

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

Terjemahnya:

Dan mereka berteriak di dalam neraka itu : "Ya Tuhan Kami, keluarkanlah Kami niscaya Kami akan mengerjakan amal yang saleh berlainan dengan yang telah Kami kerjakan". dan Apakah Kami tidak memanjangkan umurmu dalam masa yang cukup untuk berfikir bagi orang yang mau berfikir, dan (apakah tidak) datang kepada kamu pemberi peringatan? Maka rasakanlah (azab Kami) dan tidak ada bagi orang-orang yang zalim seorang penolongpun.³⁶

³⁵Ulil fazmi, "Pengaruh Televisi Terhadap Sosial Masyarakat indonesia", Media Kita, Vol. XII, No. 02. (2015)

³⁶Kementerian Agama RI, Al-Qur'an Tajwid dan Terjemahan Dilengkapi dengan *Asbabun Nuzul* dan hadist sahih, (Jakarta: KEMENAG RI, 2007), h.438.

Menurut Donald K. Robert, efek dari media massa (sinetron) mampu mempengaruhi perilaku masyarakat setelah menerima pesan media massa. Sedangkan Steven H. Chaffee menyebutkan efek-efek yang muncul dari media massa (sinetron) yaitu; efek sosial, efek pada penjadwalan kegiatan, efek pada penyaluran/penghilangan perasaan tertentu dan perasaan terhadap media massa.³⁷

Kehidupan sehari-hari kita sering mendengarkan berita atau informasi dari televisi dalam berbagai bentuk tanyangan baik itu, berita, *talkshow*, atau sinetron. Allah swt berfirman tentang bagaimana seharusnya kita sebagai seorang muslim menyikapi hal tersebut.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَقْدِمُوا بَيْنَ يَدَيِ اللَّهِ وَرَسُولِهِ ۖ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ سَمِيعٌ عَلِيمٌ

Terjemahnya:

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mendahului Allah dan Rasulnya dan bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Maha mendengar lagi Maha mengetahui.” (Q.S. Al-Hujarat (49) : 6).³⁸

Ayat diatas menjelaskan bahwa Allah swt melarang hamba-hambanya mengikuti desas-desus berita yang tidak jelas kebenarannya. Karenanya, berita atau informasi yang disampaikan tidak boleh langsung diterima dan ditolak begitu saja kecuali diteliti

³⁷Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: PT.Remaja Rosdakarya, 2005), h.145.

³⁸Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an Tajwid dan Terjemahan Dilengkapi dengan Asbabun Nuzul dan hadist sahih*, (Jakarta: KEMENAG RI, 2007), h.516.

terlebih dahulu. Sama halnya dengan cerita yang diangkat dalam sebuah sinetron kita tidak bisa dengan gampang menerima begitu saja. Sikap kritis sangat diperlukan dalam menonton tanyangan sinetron terlebih banyaknya unsur yang terkandung didalamnya yang mampu memberikan pengaruh negatif dan positif kepada penonton.

Kebanyakan dari masyarakat mengenal produk-produk kebutuhan melalui televisi yang di kemas secara apik dan semenarik mungkin contohnya saja iklan, film, sinetron dan lain sebagainya. Pemasaran produk melalui sinetron bukanlah hal yang baru lagi di dunia hiburan Indonesia. Hal tersebut dapat terjadi karena memiliki cerita yang realistis dan dekat dengan kehidupan masyarakat sehingga mudah untuk membangun hubungan dengan masyarakat dan mempengaruhi pola konsumsi masyarakat. Gaya hidup yang di bangun dalam sinetron juga menjadi salah satu faktor yang menarik perhatian penonton dengan mengangkat gaya hidup kaum borjuis dan kaum proletar yang paling banyak di angkat dalam sinetron. Hal ini dapat mendorong perilaku konsumsi seseorang dan mampu memberikan efek pada permintaan dan penawaran yang ada di pasar. Dalam Islam perilaku konsumsi juga harus mempertimpangkan fungsi, manfaat dan halal-haramnya produk atau jasa yang dikonsumsi bukan hal berlandaskan nafsu saja yang berujung pada kemudharatan. Allah swt berfirman Q.S. Al-A'raf /7: 31.

﴿يَبْنِيْٓ اٰدَمَ خُذُوْا زِيْنَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَاشْرَبُوْا وَلَا تُسْرِفُوْا اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ

اَلْمُسْرِفِيْنَ﴾

Terjemahnya

“Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di Setiap (memasuki) mesjid Makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.”(Q.S. Al-A’raf (7): 31).³⁹

Sinetron memiliki banyak pengaruh bagi masyarakat dari segi positif maupun negatif. Pengaruh positif yang dapat diambil dari sinetron diantaranya ialah :

1. Sebagai salah satu pilihan media hiburan masyarakat.
2. Sebagai media informasi, pengetahuan dan pendidikan.
3. Dapat menjadi media pembelajaran bagi anak-anak asalkan ada pengawasan serta bimbingan dari orang tua.

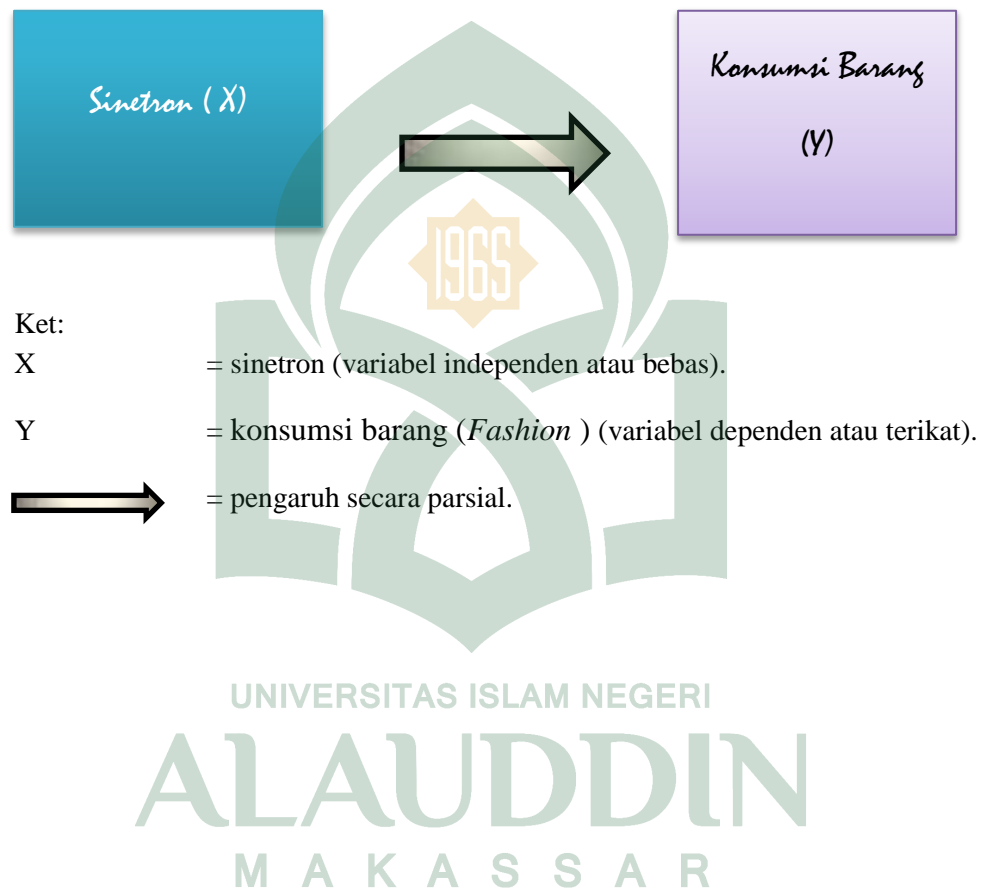
Sedangkan ditinjau dari sisi negatifnya, sinetron memiliki beberapa pengaruh yang mengarah kepada hal negatif dalam masyarakat.

1. Sinetron mampu merusak moral dan budaya masyarakat
2. Menyita banyak waktu yang berharga
3. Sinetron merusak perkembangan otak manusia
4. Sinetron cenderung menggambarkan gaya hidup yang hedonis

³⁹Kementerian Agama RI, Al-Qur'an Tajwid dan Terjemahan Dilengkapi dengan *Asbabun Nuzul* dan hadist sahih, (Jakarta: KEMENAG RI, 2007), h.154.

5. Sinetron memiliki durasi tayang yang sangat lama sehinggandapat membuat penonton larut dalam ceritanya dan menjadi penanti dalam setiap episode sinetron yang ditayangkan.⁴⁰

D. Kerangka Pikir



⁴⁰Ulil fazmi, "Pengaruh Televisi Terhadap Sosial Masyarakat indonesia", Media Kita, Vol. XII, No. 02. (2015)

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Lokasi Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Metode jenis ini memandang tingkah laku manusia dapat di ramal dan realitas sosial: objektif dan dapat diukur.⁴¹ Adapun lokasi penelitian di Kelurahan Amparita, Kecamatan Tellu Limpo, Kabupaten Sidrap.

B. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Menurut Supardi penelitian deskriptif kuantitatif merupakan penelitian yang menekankan pada pengujian teori-teori melalui pengukuran variabel-variabel penelitian dengan angka kemudian dilakukan analisis.⁴²

Penelitian deskriptif yaitu penelitian terhadap masalah-masalah berupa fakta-fakta saat ini dari suatu populasi. Tujuan dari penelitian deskriptif adalah untuk menguji hipotesis atau menjawab pertanyaan dari subyek yang diteliti. Tipe penelitian ini umumnya berkaitan dengan opini (individu, kelompok, atau organisasional), kejadian, atau prosedur.⁴³

⁴¹Muri Yusuf, "*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Gabungan*", (Jakarta: Kencana, 2014), h.58.

⁴²Supardi, "*Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis*", (Yogyakarta: UII Press, 2005), h. 27.

⁴³Nur Indiantoro dan Bambang Supomo, "*Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*" (Yogyakarta: BPFE, 2013), h. 26.

C. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau nilai dari orang, objek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan.

Variabel independen atau variabel bebas (X) adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen atau variabel terikat. Variabel independen atau variabel bebas (X) pada penelitian ini adalah *Sinetron*. Variabel dependen atau variabel terikat (Y) adalah variabel yang besar kecilnya tergantung pada nilai variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel dependen atau variabel terikat (Y) adalah *Konsumsi Barang (Fashion and Technology) pada Masyarakat Muslim* di Kelurahan Amparita, Kecamatan Tellu Limpoe, Kabupaten Sidrap.

Untuk memperoleh gambaran yang jelas mengenai desain penelitian, maka digambarkan sebagai berikut :



Keterangan :

X = Variabel Bebas (*Sinetron*)

Y = Variabel Terikat (*Konsumsi Barang (Fashion and Technology) Pada Masyarakat Muslim*)

D. Populasi dan Sampel

Populasi merupakan keseluruhan objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah penelitian. Adapaun populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat

Kelurahan Amparita, Kecamatan Tellu Limpoë, Kabupaten Sidrap. Dengan jumlah populasi 4.268 jiwa dengan jumlah penduduk muslim 1.933.

Sampel dapat didefinisikan sebagai anggota populasi yang dipilih dengan menggunakan proses tertentu sehingga diharapkan dapat mewakili populasi.

Rumus yang digunakan menentukan sampel adalah

$$R^2 \quad n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel dapat ditolerir yakni 10% dengan tingkat kepercayaan 90%.

jumlah penduduk yang beragama islam di kelurahan Amparita adalah 1933 jiwa.

$$n = \frac{1933}{1 + 1933(0,1)^2} = \frac{1933}{20,33} = 95$$

berdasarkan dari rumus diatas telah didapatkan hasil jumlah sampel adalah 95 sampel.

Teknik pengambilan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *simple random sampling*. Dimana prosedur yang digunakan dalam pengambilan sampel ini secara *random* atau secara acak.⁴⁴

⁴⁴Muri Yusuf, “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Penelitian Gabungan*”, (Jakarta:Kencana, 2014), h.157.

E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat bantu yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan informasi kuantitatif tentang variabel yang sedang diteliti, instrument dalam penelitian ini yaitu:

1. Observasi

Observasi diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian. Pengamatan dan pencatatan yang dilakukan terhadap objek di tempat terjadi atau berlangsungnya peristiwa, sehingga observasi berada bersama objek yang diselidiki, disebut observasi langsung. Sedangkan observasi tidak langsung adalah pengamatan yang dilakukan tidak pada saat berlangsungnya suatu peristiwa yang akan diselidiki. Observasi dilakukan untuk mendapatkan informasi tentang objek penelitian mengenai kondisi yang ada di lapangan.

2. Kuesioner

Kuesioner (angket) adalah teknik pengumpulan data dengan menyerahkan atau mengirimkan daftar pertanyaan-pertanyaan untuk diisi sendiri oleh responden. Yaitu sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal-hal yang diketahui. Responden adalah orang yang memberikan tanggapan atau menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diajukan. Dalam penelitian kuantitatif, data dalam penelitian ini harus diubah menjadi angka-angka, meneliti menggunakan skala *Likert*. Hal ini sesuai dengan pendapat Sugiyono bahwa :

Dengan skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator, kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan, dengan skor alternatif jawaban yaitu :

1. Sangat Setuju (SS) = 5
2. Setuju (S) = 4
3. Kurang setuju(KS) = 3
4. Tidak setuju (TS) = 2
5. Sangat tidak setuju (STS) = 1

3. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan dengan cara mengumpulkan beberapa dokumen yang berkaitan dengan apa yang ingin diungkap dalam penelitian yang akan dilakukan dari pedagang warung kelontong yang dijadikan sampel penelitian.

F. Teknik Analisis Data

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah komparatif dan kuantitatif. Dimana dalam teknik ini membandingkan suatu permasalahan dan menganalisis data dan hal-hal yang berhubungan dengan angka dan rumus perhitungan yang digunakan untuk menganalisis masalah yang sedang diteliti. Penelitian ini menghasilkan data kuantitatif, maka statistik menjadi alat pokok pengukuran, evaluasi dan penelitian.

Statistik adalah seperangkat teknik matematik untuk mengumpulkan, mengorganisasi, menginterpretasi data angka. Instrumen yang digunakan untuk menghasilkan data kuantitatif dalam penelitian ini adalah kuesioner (angket). Setelah peneliti mengumpulkan data, baik dari lokasi penelitian maupun dari literatur-literatur

lainnya, bertanda data tersebut siap dikelola. Data yang bersifat kuantitatif sendiri diperoleh dari hasil wawancara melalui kuesioner dan observasi. Pengolahan dan penganalisaan data yang digunakan yaitu sebagai berikut:

1. Uji Kualitas Data

Penelitian yang mengukur variabel menggunakan instrumen kuesioner harus dilakukan pengujian kualitas terhadap data yang diperoleh. Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan valid dan reliabel sebab kebenaran data yang di olah sangat menentukan kualitas hasil. Uji kualitas terbagi dua yaitu:

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu untuk mampu menghasilkan data yang valid. Suatu kuesioner dikatakan valid jika setiap butir-butir pertanyaan pada suatu kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

b. Uji Reliabilitas

Konsep reliabilitas dapat dipahami melalui ide dasar konsep tersebut yaitu konsistensi. Uji reliabilitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulangi dua kali atau lebih pada gejala yang sama.

2. Uji Normalitas

Pengujian Normalitas dilakukan dengan menggunakan *Kolmogorov Smirnov*, pengujian ini dilakukan untuk mengetahui distribusi data. Jika nilai signifikan lebih besar dari 0,05 maka data terdistribusi normal, dan jika kurang dari 0,05 maka data tidak terdistribusi dengan normal.

3. Uji Autokorelasi

Menurut Ghazali, uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi anrta kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada $t-1$ (sebelumnya yang dapat dilihat dari Durbin watson (DW-test) pada tabel mobil summary. Ketentuan uji autokorelasi dengan Dirbin Watson (DW) adalah sebagai berikut:⁴⁵

- 1) Jika nilai $1,65 < DW < 2,35$ maka tidak terjadi autokorelasi.
- 2) Jika nilai $1,21 < DW < 1,65$ atau $2,35 < DW < 2,79$ maka tidak adapat disimpulkan.
- 3) Jika nilai $DW < 1,21$ atau $DW > 2,79$ maka terjadi autokorelasi.

4. Uji Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana adalah hubungan secara linear antara satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen

⁴⁵Nur Hikmah Baharuddin, Pengaruh Price Earning Ratio (PER) dan Earning Per Share (EPS) Terhadap Harga Saham (studi pada perusahaan manufaktur sektor industri konsumsi sub sektor makanan dan minuman yang listing di BEI periode 2012-2014), *Skripsi*, 2015, h.37.

apakah positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio.

Rumus regresi linear sederhana sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Konsumsi Barang (*Fashion*) Pada Masyarakat Muslim

X = Sinetron

a = Konstanta (nilai Y apabila X = 0)

b = Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

a. Uji Koefisien Korelasi (R)

Koefisien korelasi digunakan untuk mengetahui kuat tidaknya hubungan antara Sinetron (X) dengan Konsumsi Barang (*Fashion*) Pada Masyarakat Muslim (Y). Koefisien korelasi merupakan rata-rata hubungan bersifat dua arah.

b. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi merupakan besaran yang menunjukkan besarnya variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independennya. Dengan kata lain, koefisien determinasi ini digunakan untuk mengukur seberapa besar dalam menjelaskan variabel terikatnya. Nilai koefisien determinasi ditentukan dengan nilai *R Square*.

c. Uji signifikan (Uji-t parsial)

Pengujian ini dimaksudkan untuk melihat apakah secara individual variabel bebas mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat, dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan. Pengujian ini dilakukan sebagai berikut :

- a. Bila $t_{hit} > t_{tab}$: Maka variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.
- b. Bila $t_{hit} < t_{tab}$: Maka variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Profil Kelurahan Amparita

a. Kondisi Geografis

Kelurahan Tellu Limpoe luas wilayah 103,20 km² dengan 9 kelurahan, dimana salah satunya adalah Kelurahan Amparita. Kelurahan Amparita sendiri memiliki luas wilayah 6,69 km².

Secara geografis kelurahan Amparita berbatasan dengan:⁴⁶

- a) Sebelah timur berbatasan dengan Desa Teteaji.
- b) Sebelah barat berbatasan dengan Desa Allakuang dan Toddang Pullu.
- c) Sebelah selatan berbatasan dengan Desa Masseppe.
- d) Sebelah utara berbatasan dengan Desa Arateng.

b. Kondisi Demografis

1. Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan data yang diperoleh dari “ *Kecamatan Tellu Limpoe dalam Angka Tahun 2016*” yang dikeluarkan oleh Badan Pusat Statistik Kabupaten Sidrap. Di Kelurahan ini terdapat penduduk dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 1.987

⁴⁶Kec.Tellu LimpoE Dalam Angka 2016, BPS Kab.Sidrap.

jiwa dan wanita sebanyak 2.281 jiwa, 915 rumah tangga (Kartu keluarga), jumlah penduduk 4.268 jiwa dengan kepadatan penduduk 638 km².

2. Keadaan Penduduk Berdasarkan Agama dan Suku Bangsa

Agama merupakan bagian terpenting dalam kehidupan bermasyarakat seseorang yang terkait dengan interaksi sosial. Ada 2 agama yang paling banyak dianut oleh masyarakat di Kelurahan Amparita yaitu agama Hindu dan agama Islam. Apapun penganut agama Hindu sebanyak 2.335 jiwa dan agama Islam sebanyak 1.993 jiwa. Kelurahan Amparita dapat dikatakan sebagai daerah yang memiliki masyarakat yang majemuk karena bukan hanya suku bugis yang ada di daerah tersebut, tetapi ada juga dari suku jawa, mandar, sunda dan sebagainya.

B. Deskriptif Data Responden

1. Deskriptif Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara peninjauan langsung objek penelitian untuk mendapatkan informasi dengan membagikan kuesioner. Hasil penyebaran kuesioner disajikan dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.1**Daftar Kuesioner Terdistribusi Dan Terpakai**

No.	Responden	Kuesioner				
		Pendistribusian			Terpakai	
		Frekuensi	Kembali	Persentase	Frekuensi	Persentase
1	Masyarakat	95	95	100%	95	100%
	Jumlah	95	95	100%	95	100%

Sumber data: data primer diolah, 2017

Pada penyebaran kuesioner, peneliti melakukan teknik pendampingan pada responden sehingga semua kuesioner terdistribusi dan tidak ada yang tidak terpakai atau cacat.

2. Karakteristik Responden

Deskriptif responden meliputi jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan, penghasilan, dan jumlah tanggungan keluarga. Analisa identitas responden bertujuan untuk mengetahui kondisi sosial-ekonomi masyarakat Muslim di Kelurahan Amparita.

a. Jenis kelamin

Responden masyarakat muslim dalam penelitian ini sebanyak 145 orang. Gambaran responden berdasarkan jenis kelaminnya disajikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4.2
Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1	Laki-laki	49	51,57
2	Perempuan	46	48,42
	Jumlah	95	100,0

Sumber data: data primer diolah, 2017

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa sebagian besar responden adalah laki-laki yaitu 49 orang (501,57 %), sedangkan responden perempuan sebanyak 46 orang (48,42%).

b. Usia Responden

Gambaran responden berdasarkan usia disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 4.3
Distribusi responden berdasarkan Usia

No.	Kelompok Umur (tahun)	Frekuensi	Persentase (%)
1	18 – 22	23	24,21
2	23 – 27	28	29,47
3	28 – 32	10	10,52
4	33 – 37	9	9,47
5	38 – 42	20	21
6	43 – 47	5	5,26
Jumlah		95	100

Sumber data: data primer diolah, 2017

Berdasarkan tabel diatas, responden masyarakat didominasi usia antara 23 sampai 28 tahun, data ini diperoleh berdasarkan tehnik penarikan sampel yaitu *simple random sampling* dimana sampel di ambil secara acak. Sedangkan yang paling sedikit adalah penduduk yang berusia 43 tahun sampai 47 yaitu 5 orang.

c. Tingkat Pendidikan

Gambaran mengenai tingkat pendidikan responden dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.4
Distribusi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No.	Tingkat Pendidikan	Jumlah	Persentase (%)
1	Tamat SD	17	17,89
2	Tamat SMP	31	32,63
3	Tamat SMA	32	33,68
4	Perguruan tinggi	15	15,78
Jumlah		95	100,00

Sumber data: data primer diolah, 2017

Tabel diatas menunjukkan bahwa responden tamatan SMP dan SMA yang paling mendominasi dan memiliki selisih yang sangat sedikit yaitu 1,05%. Di keluaran Amparita sendiri terdapat 4 SD/MI, SMP/MTs dan SMA/MA yaitu : SD 1 Amparita, SD 2 Amparita, SD 3 Amparita dan Madrasah Ibtidaiyah DDI Amparita. Madrasah Tsanawiyah Amparita yang satu lingkungan dengan Madrasah Aliyah Amparita yang berada di tengah-tengah pemukiman warga.

d. Pekerjaan

Kelompok pekerjaan responden dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.5
Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan

No.	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
1	IRT	19	20
2	pedangan	26	27,36
3	Wiraswasta	21	22,10
4	PNS	7	7,36
5	Petani	15	15,78
6	Dan lain-lain	7	7,36
Jumlah		95	100

Sumber data: data primer diolah, 2017

e. Tingkat pendapatan

Tingkat pendapatan responden adalah jumlah pendapatan rata-rata yang diperoleh oleh responden selama satu bulan. Pendapatan responden dibagi kedalam tiga kelompok yaitu pendapatan lebih kecil dari di bawah Rp. 500.000 , antara Rp. 500.000 - Rp.1.000.000, dan lebih dari Rp. 1.000.000.

Tabel 4.6
Distribusi Responden Berdasarkan Pendapatan

No.	Pendapatan	Frekuensi	Persentase (%)
1	< 500.000	18	18,94
2	500.000- 1.000.000	46	48,42
3	> 1.000.000	31	31,62
Jumlah		95	100

Sumber data: data primer diolah, 2017

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa responden memiliki pendapatan dibawah Rp. 500.000 yaitu sebanyak 18 orang (18,94%). Sedangkan yang berpendapatan antara Rp. 500.000 - Rp.1.000.000 yaitu sebanyak 46 orang (48,42%) dan lebih dari Rp.1.000.000 sebanyak 31 orang (31, 62%).

Responden yang memiliki pendapatan kurang dari Rp. 500.000 tidak mampu memenuhi kebutuhan dasar manusia yaitu kebutuhan sandang, pangan dan papan. Sedangkan yang memiliki pendapatan antara Rp. 500.000 - Rp.1.000.000 sudah mampu untuk memenuhi kebutuhan sandang dan pangan serta pendidikan dan kesehatan. Bagi responden yang memiliki pendapatan lebih dari Rp.1.000.000 telah mampu untuk memenuhi semua kebutuhannya.

f. Jumlah tanggungan

Jumlah tanggungan keluarga adalah jumlah anggota keluarga yang ditanggung oleh kepala keluarga. Jumlah tanggungan keluarga dibagi kedalam 6 kelompok yaitu lebih kecil dari , 0 sampai 5 orang seperti yang disajikan dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.7
Distribusi Responden Berdasarkan Jumlah Tanggungan Keluarga

No.	Tanggungan keluarga	Frekuensi	Persentase (%)
1	0 orang	30	31,57
2	1 orang	21	22,10
3	2 orang	25	26,31
4	3 orang	14	14,21
5	4 orang	4	4,21
6	5 orang	3	3,15
Jumlah		95	100

Sumber data: data primer diolah, 2017

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa jumlah responden tanggungan keluarga yang paling sedikit adalah kelompok 5 orang tanggungan yang sebanyak 3 orang (3,15%), sedangkan responden yang memiliki jumlah tanggungan keluarga yang paling banyak ada pada kelompok 0 orang tanggungan adakah sebanyak 30 orang (31,57%).

C. Uji Kualitas Data

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah derajat ketepatan atau kelayakan instrumen yang digunakan untuk mengukur apa yang akan diukur serta sejauh mana instrumen tersebut menjalankan fungsi pengukurannya. Validitas suatu instrumen mencakup

pengumpulan data empiris dan argumentasi logis untuk menunjukkan bahwa kesimpulan tersebut adalah tepat. Validitas terdiri dari validitas internal dan eksternal. Validitas internal meliputi validitas konstruk dan validitas isi sedangkan validitas eksternal meliputi validitas empiris yang didalamnya ada validitas kongkuren, validitas prediktif dan validitas sejenis.. Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan pendekatan validitas konstruk yang merupakan alat ukur yang dipakai mengandung satu definisi operasional yang tepat dari suatu konsep yang teoritis dengan metode “*Pearson Correlation*”.⁴⁷

Item-item pernyataan tentang peran sinetron dalam mempengaruhi aktivitas serta minat kosmisi barang dalam hal ini yang berkaitan dengan *Fashion* pada masyarakat muslim di Kelurahan Amparita, Kecamatan Tellu Limpoe, Kabupaten Sidrap, hal ini dapat dibuktikan dari $r_{hitung} > r_{tabel}$, seperti yang disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas

Variabel	Items	r hitung	r tabel	keterangan
Frekuensi menonton dan respon masyarakat terhadap tanyang sinetron di televisi	1	0,498	0,169	valid
	2	0,661	0,169	valid
	3	0,559	0,169	valid
	4	0,628	0,169	valid
	5	0,528	0,169	valid
	6	0,61	0,169	valid
	7	0,489	0,169	valid
	8	0,515	0,169	valid

⁴⁷Sofyan Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS*. (Jakarta: Kencana, 2013) h. 46.

	9	0,547	0,169	valid
	10	1	0,169	valid
Minat dan keputusan pembelian terhadap barang atau jasa yang akan diiklankan	1	0,584	0,169	valid
	2	0,54	0,169	valid
	3	0,462	0,169	valid
	4	0,701	0,169	valid
	5	0,379	0,169	valid
	6	0,549	0,169	valid
	7	0,642	0,169	valid
	8	0,631	0,169	valid
	9	0,523	0,169	valid
	10	1	0,169	valid

Sumber data: Hasil Pengolahan Data SPSS 21.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menguji sejauh mana kemampuan suatu alat pengukur untuk dapat digunakan lagi untuk penelitian yang sama. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan rumus alpha. Uji reliabilitas dilakukan dengan melihat hasil dari *Cronbach Alpha Coefficient* diatas 0.60 untuk dapat menunjukkan konsistensi instrument pengukur, yang disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4.9
Hasil Uji Reliabilitas

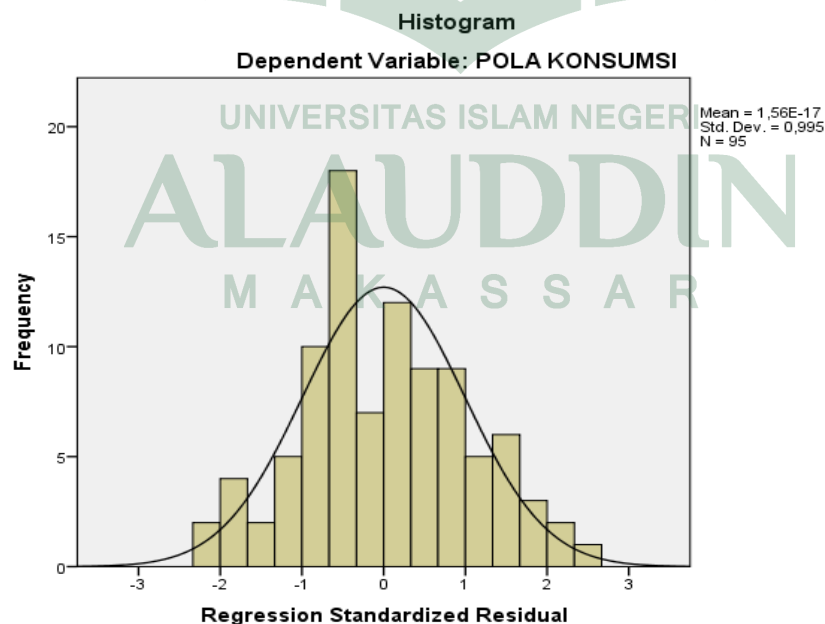
No.	Variabel	Item	Cronbach Alpha
1	Frekuensi menonton dan respon masyarakat terhadap tayang sinetron di televisi	10	0,739
2	Minat dan keputusan pembelian terhadap batang atau jasa yang akan diiklankan	10	0,726

Sumber data: Hasil Pengolahan Data SPSS 21.

D. Uji Normalitas

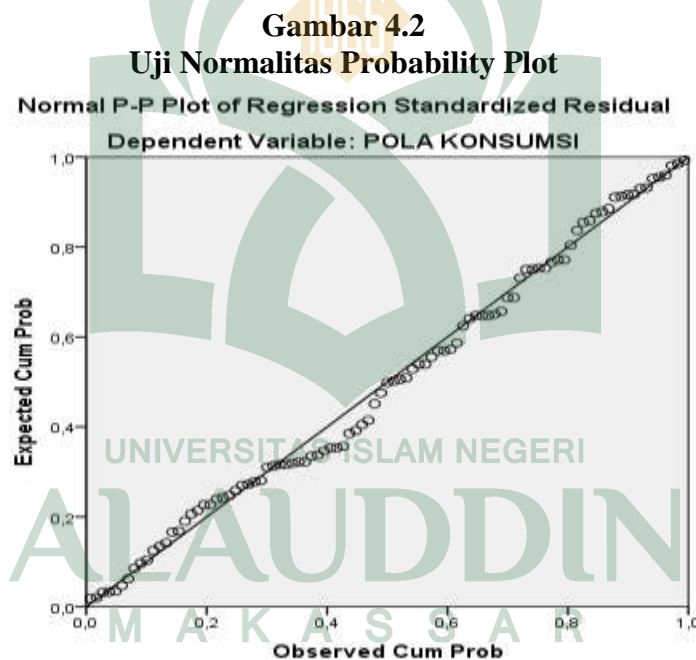
Uji normalitas digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi data apakah terdistribusi normal atau tidak, maka dapat dilakkan analisis grafik atau analisis statistik. Analisis grafik, dapat dilihat melalui grafik normal *probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Sedangkan, uji normalitas dengan menggunakan analisis statistik, digunakan Nonparametrik *Kolmogorov-Smirnov* dengan *probability plot*. Dalam uji *Kolmogorov-Smirnov* (KS), suatu data dikatakan normal jika mempunyai *asymptotic significant* lebih dari 0,05. Gambar 4.1 dan 4.2 berikut ini menggambarkan hasil uji normalitas yang dilakukan dalam penelitian ini.

Gambar 4.1
Uji Normalitas Histogram



Sumber data: Hasil Pengolahan Data SPSS 21.

Dilihat dari gambar 4.1 bahwa pola distribusi normal. Akan tetapi kesimpulan normal atau tidaknya data hanya dilihat dari grafik histogram, maka hal ini dapat menyesatkan khususnya untuk jumlah sampel yang kecil. Metode lain yang digunakan dalam analisis grafis adalah dengan melihat *probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dan distribusi normal. Jika distribusi data residual normal, maka data akan mengikuti garis diagonal. Uji normalitas dengan melihat normal *probability plot* dapat dilihat pada gambar 4.2 berikut:



Sumber data: Hasil Pengolahan Data SPSS 21.

Berdasarkan gambar grafik normal *probability plot* diatas terlihat bahwa persebaran data mengikuti garis diagonal yang ada, sehingga dapat di simpulkan bahwa residual tersebut normal.

Uji normalitas menggunakan grafik saja masih dapat menyesatkan karena secara visual bisa saja terlihat normal padahal secara statistik bisa saja sebaliknya. Untuk itu, dalam penelitian ini juga dilakukan uji *Kolmogorov-Smirnov* yang hasil pengujiannya akan di tampilkan dalam tabel 4.10 berikut:

Tabel 4.10
Uji Normalitas Data
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		95
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	5,09825499
	Absolute	,076
Most Extreme Differences	Positive	,076
	Negative	-,038
Kolmogorov-Smirnov Z		,739
Asymp. Sig. (2-tailed)		,646

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber data: Hasil Pengolahan Data SPSS 21.

Berdasarkan tabel diatas dapat kita lihat bahwa hasil uji *Kolmogorov-Smirnov* menunjukkan angka 0,739 dan memiliki nilai *asymptotic significant* sebesar 0,646 (lebih besar dari 0,05) yang mengindikasikan bahwa data tersebut terdistribusi secara normal.

E. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan penggunaan data periode t dengan kesalahan penggunaan pada periode $t-1$ (sebelumnya) yang dapat dilihat dari Durbin watson (DW – test) pada tabel *mode summary*. Ketentuan uji dengan Durbin Watson (DW) adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai $1,65 < DW < 2,35$ maka tidak terjadi autokorelasi.
- 2) Jika nilai $1,21 < DW < 1,65$ atau $2,35 < DW < 2,79$ maka tidak dapat disimpulkan.
- 3) Jika nilai $DW < 1,21$ atau $DW > 2,79$ maka terjadi autokorelasi.

Untuk penelitian ini, hasil pegujian autokorelasi dapat dilihat dari tabel 4.11 berikut ini:

Tabel 4.11
Uji Autokorelasi

Model	Durbin-Watson
1	1,896

Sumber data: Hasil Pengolahan Data SPSS 21.

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai Durbin-Watson untuk penelitian ini adalah sebesar 1,896. Karena nilai durbin terletak antara 1,65 dan 2,35 maka dapat di simpulkan bahwa penelitian ini bebas dari masalah autokorelasi.

F. Analisis Regresi Sederhana

Analisis regresi sederhana merupakan salah satu metode uji regresi yang dapat dipakai sebagai alat inferensi statistik untuk menentukan sebuah pengaruh variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen). Hal ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh sinetron terhadap konsumsi barang (*Fashion*) masyarakat muslim yang ada di Kelurahan Amparita. Hasil analisis regresi sederhana tetera pada tabel berikut:

Tabel 4.12
Pengujian Regresi Sederhana
coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	17,162	2,538		6,763	,000
SINETRON	,478	,081	,520	5,875	,000

Sumber data: Hasil Pengolahan Data SPSS 21.

Berdasarkan tabel 4.12 tersebut dapat diketahui model persamaan regresi yang diperoleh koefisin konstan dan koefisien variabel yang ada di kolom *unstandardized coefficients B*. Dari tabel diatas diperoleh model persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 17,162 + 0,478X$$

Koefisien B dinamakan koefisien arah regresi dan meyakatan perubahan rata-rata variabel Y untuk setiap perubahan variabel X sebesar satu satuan.

Koefisien nilai konstanta adalah 17,162. Hal ini berarti jika variabel sinetron (X) konstan atau sama dengan 0, maka variabel konsumsi barang (*Fashion and Technology*) pada masyarakat muslim (Y) terpengaruh oleh sinetron sebesar 17,162.

Koefisien regresi variabel sinetron (X) sebesar 0,478. Hal ini menyatakan bahwa setiap penambahan 1 nilai maka nilai partisipasi bertambah sebesar 0,478 memiliki arah yang positif berarti setiap peningkatan satu poin pada sinetron maka meningkatkan minat masyarakat terhadap konten barang kebutuhan yang digunakan adegan dalam sinetron.

a. Uji Koefisien Korelasi (R)

Uji ini digunakan untuk mengetahui kuat tidaknya hubungan antara sinetron (X) dengan konsumsi barang (*Fashion and Technology*) pada masyarakat muslim di Kelurahan Amparita, Kecamatan Tellu Limpoe, Kabupaten Sidrap (Y). Koefisien korelasi merupakan rata-rata hubungan yang bersifat dua arah. Berikut ini adalah hasil dari koefisien korelasi:

Tabel 4.13
Hasil Uji Koefisien Korelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.520 ^a	.271	.263	5,126

Sumber data: Hasil Pengolahan Data SPSS 21.

Tabel 4.13 menunjukkan bahwa nilai R sebesar 0,520. Nilai ini dapat diinterpretasikan bahwa hubungan antara sinetron (X) dan konsumsi barang (*Fashion*)

pada masyarakat muslim di Kelurahan Amparita, Kecamatan Tellu Limpoe, Kabupaten Sidrap (Y) penelitian ini ada di kategori hubungan yang cukup kuat.

b. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi merupakan besaran yang menunjukkan besarnya variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independennya. Dengan kata lain, koefisien determinasi menjelaskan besarnya presentase pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai koefisien determinasi ditentukan dengan nilai *R Square* sebagaimana dapat dilihat pada tabel 4.13.

Hasil perhitungan dari regresi dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (*R Square*) yang diperoleh sebesar 0,271. Hal ini menunjukkan bahwa variabel sinetron (X) memiliki kontribusi sebesar 27,1% terhadap terhadap minat konsumsi barang (*Fashion and Technology*) pada masyarakat muslim di Kelurahan Amparita, Kecamatan Tellu Limpoe, Kabupaten Sidrap (Y) dan 72.9% dipengaruhi oleh faktor-faktor selain sinetron.

c. Uji Signifikan (Uji-t Parsial)

Uji parsial ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen, seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen atau variabel penjelasan secara individual mampu menerangkan variabel dependennya. Pada tabel 4.14 akan dapat kita lihat hasil uji-t tersebut.

Tabel 4.14
Hasil Perhitungan Uji t
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	17,162	2,538		6,763	,000
SINETRON	,478	,081	,520	5,875	,000

a. Dependent variabel: POLA KONSUMSI

Sumbe datar: Hasil Pengolahan Data SPSS 21.

Nilai koefisien untuk variabel sinetron (X) sebesar 0,478 dimana sinetron memberikan pengaruh terhadap konsumsi barang (*Fashion*) pada masyarakat muslim di Kelurahan Amparita, Kecamatan Tellu Limpoe, Kabupaten Sidrap, dengan nilai signifikan sebesar 0,000 dengan kata lain $0,000 < 0,1$. Hal ini ditunjukan dengan nilai $t_{hitung} = 5,875$ dan nilai t_{tabel} pada derajat kebebasan (df) = $95 - 2 = 93$ adalah 1,661 dengan demikian t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} sehingga H_0 di tolak dan H_1 di terima. Dapat disimpulkan bahwa sinetron berpengaruh pada pola konsumsi masyarakat muslim di Kelurahan Amparita, Kecamatan Tellu Limpoe, Kabupaten Sidrap.

G. Pembahasan

Tayangan sinetron merupakan tayangan menarik dan memancing rasa ingin tahu karena ditampilkan dalam beberapa episode yang secara tidak langsung membuat penonton ingin terus menyaksikannya episode selanjutnya. Dalam menarik pemirsanya setiap sinetron selalu menayangkan sesuatu yang menjadi *trend* dan

banyak diminati oleh penontonnya. Apalagi cerita yang paling sering diangkat di dalam sinetron adalah cerita-cerita kehidupan masyarakat.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa sinetron berpengaruh positif terhadap konsumsi barang (*Fashion*) pada masyarakat muslim di Kelurahan Amparita, Kecamatan Tellu Limpoe. Dengan demikian, semakin banyak waktu yang dihabiskan masyarakat untuk menonton sinetron maka semakin tinggi pengaruhnya terhadap pola konsumsi masyarakat muslim karena banyaknya produk yang ditawarkan. Selain itu, dari hasil perhitungan diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.271 yang menunjukkan bahwa kontribusi variabel sinetron dalam menjelaskan variabel konsumsi masyarakat sebesar 27.1 %.

Hal ini sesuai dengan apa yang terjadi di lingkungan masyarakat muslim di Kelurahan Amparita, dimana hasil angket kuesioner yang telah disebar dan dianalisis secara deskriptif menunjukkan bahwa sebagian besar menilai setuju dan beberapa menilai sangat setuju yang berarti responden setuju bahwa sinetron berpengaruh terhadap pola konsumsi masyarakat.

Menurut beberapa penuturan dari responden yang memberikan tanggapan tentang pengaruh sinetron yang diangkat dalam penelitian ini.

Menurut penuturan dari Bu Hasni yang berprofesi sebagai Pedagang Toko Kelontong “saya sering menonton sinetron saat sedang menjaga toko sambil menunggu pembeli datang dan menghilangkan rasa bosan, apalagi kalau ceritanya bagus. Saya paling suka menonton sinetron itu di SCTV, Indosiar tapi biasa juga di ANTV yang mana yang bagus ceritanya itu yang saya tonton seperti “*Jodoh Wasiat Bapak*” bagus ceritanya tentang rumah tangga, suami yang selingkuh kadang juga ada orang yang iri sama orang lain tapi ada juga unsur komedinya jadi kita yang menonton bisa terhibur juga”

Berbeda dengan Bu Hasni, Ardiansyah yang berstatus sebagai seorang pelajar SMA menuturkan bahwa “ sinetron yang paling saya suka tonton itu “ *Anak Langit* ” sama “ *Siapa Takut Jatuh Cinta* ” karena ceritanya yang anak muda sekali baru bagus ceritanya, ganteng dan cantik-cantik pemainnya, pakaian yang di pakai keren-keren apalagi motor yang dipakai sama gengnya Hero (nama tokoh dalam sinetron *Anak Langit*) motor-motor besar bagus kalau di pakai pergi *touring* sama teman- teman pasti akan terlihat keren dan gaul.”

Berdasarkan penuturan dari responden tersebut bahwa sinetron memiliki peran dalam memberikan hiburan dan mempengaruhi penontonnya bukan saja dari cerita tapi juga gaya hidup yang ditampilkan oleh si tokoh. Dengan mengikuti gaya si tokoh dapat membuat seseorang terlihat keren tapi tidak sedikit juga yang tidak terlalu suka dengan gaya hidup yang hedonis yang sering ditampilkan dalam sinetron.

Islam sebagai pedoman hidup tidak menojolkan standar atau sifat kepuasan dari sebuah perilaku konsumsi yang sebagaimana yang dianaut dalam ilmu ekonomi konvensional seperti utilitas dan kepuasan marginal, melainkan lebih menonjolkan aspek normatif. Kepuasan dari sebuah perilaku konsumsi menurut Islam harus berlandaskan pada tuntunan ajaran Islam itu sendiri. Dalam hal ini Muhammad Nejatullah Siddiqi mengatakan, konsumen harus puas akan perilaku konsumsi kaum *xanthous* (orang-orang berkulit kekuning-kuningan dan berambut kecoklat-coklatan) yang berkarakteristik menuruti hawa nafsu.⁴⁸

⁴⁸Muhammad Nejatullah Siddiqi, *The Economic Enterprise*, terjemahan oleh Anas Sidik, *kegiatan Ekonomi dalam Islam* (Cet. Ke-2; Jakarta:Bumi Aksara,1996), h.95.

Yusuf Qardawi menguraikan beberapa prinsip perilaku konsumsi dalam Islam sebagai berikut⁴⁹:

- a) Dasar pemikiran pola konsumsi dalam Islam adalah hendak mengurangi kelebihan keinginan biologis yang tumbuh dari faktor-faktor psikis buatan dengan maksud membebaskan energi manusia untuk tujuan-tujuan spiritual.
- b) Anjuran-anjuran Islam mengenai perilaku konsumsi dituntun oleh prinsip keadilan, prinsip kebersihan, prinsip kesederhanaan, prinsip kemurahan hati dan prinsip moralitas.
- c) Pada umumnya kebutuhan-kebutuhan manusia digolongkan ke dalam tiga hal, yaitu (a) barang-barang keperluan pokok, (b) barang-barang keperluan kesenangan dan (c) barang-barang keperluan kemewahan. Dalam tiga peneglompokan ini, Islam menggariskan prinsip menurut urutan prioritas kebutuhan yang dikenal dalam *al-maqasid al-syariah* dengan istilah *daruriyyah*, *hajjiyyah* i dan *tahsiniyyah*.⁵⁰
- d) Kunci untuk memahami perilaku konsumsi dalam Islam tidak cukup dengan hanya mengetahui hal-hal terlarang, tetapi sekaligus harus dengan menyadari konsep dinamik tentang sikap moderat dan pola konsumsi yang dituntun oleh sikap yang mementingkan bersama konsumen muslim yang lain.

⁴⁹Yusuf Qardawi, *Dawr al-Qiyam wa al-Akhlaq fi al-Iqtisad al-Islami*, di terjemahkan oleh Zainal Arifin dan Dahlia Huslim, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, (cet.ke-4: Jakarta:Gema Insan Press, 1422 H./2001 M.), h.352.

⁵⁰Abu Ishaq al-Syatibi, *al-Muwafaqat FT Usul al-Syari'ah*, Juz IV (Beirut: Dar al-Kutub al-ilmiyah,t,th), h.7.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diurai pada bab sebelumnya maka dapat di simpulkan bahwa:

Hasil analisis dari penelitian ini menunjukkan bahwa regresi pengaruh antara sinetron terhadap konsumsi barang (*Fashion*) pada masyarakat muslim di Kelurahan Amparita, Kecamatan Tellu Limpoe, Kabupaten Sidrap menyatakan bahwa hubungan antara dua variabel tersebut tergolong dalam kategori yang cukup kuat ini menunjukkan bahwa sinetron berpengaruh positif terhadap konsumsi barang (*Fashion*) pada masyarakat muslim di Kelurahan Amparita, Kecamatan Tellu Limpoe, Kabupaten Sidrap.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini diharapkan agar masyarakat mampu memfilter segala sesuatu yang ada dalam sinetron karena sinetron memiliki kemampuan untuk mempengaruhi pola pikir penontonnya untuk mengkonsunsi suatu barang atau jasa. Di harapkan juga masyarakat lebih mengutamakan kemaslahatan suatu barang agar tidak menimbulkan kerugian dikemudian hari. Jangan mudah tergiur atas segala yang ditampilkan dalam sinetron. Konsumen muslim yang bijak ialah yang mampu memilah dengan baik kebutuhannya dengan memperhatikan halal

haram serta manfaat dari suatu barang serta tidak berlebih-lebihan dalam mengkonsumsi suatu barang.



DAFTAR PUSTAKA

- Alfitri. *Budaya Konsumerisme Masyarakat Perkotaan*. Majalah Empirika, Vol. XI, No. 01, 2007
- Bahri, Andi. *Etika Konsumsi dalam Perspektif Islam*. Jurnal Studia Islamika, Vol. 11, No. 2, Desember 2014.
- Bungin, Burhan, *Sosiologi Komunikasi*, Jakarta:Kencana, 2006.
- Fazmi, Ulil. *Pengaruh Televisi Terhadap Sosial Masyarakat Indonesia*. Media Kita, Vol. XII, No. 02. 2015.
- Harian Seputar Indonesia, 20 Agustus 2014, h. 7.
- Heider, Karl GO. *Sinema Indonesia : Kultur Nasional dalam Layar*. Hawa'i Press, 1997
- Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an Tajwid dan Terjemahan Dilengkapi dengan Asbabun Nuzul dan hadist sahih*, Jakarta: KEMENAG RI, 2007
- Komisi Penyiaran Indonesia, *Hasil Survei Indeks kualitas Program Televisi Periode 1*, 2016.
- Kurniati. *Teori Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Islam*. Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia, Vol. VI, No. 1, Juni 2016.
- Martono, Nanang, *Metode Penelitian Kuantitatif : Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*, Ed. Revisi ke 2, Jakarta: Rajawali Pers, 2014.
- Muflih, Muhammad, *Pengaruh Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, Jakarta:Rajawali, 2006.
- Muflih, Muhammad. *Pengaruh Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*. Jakarta:Rajawali. 2006
- Nugraha, Andi. *Sejarah Perkembangan Sinetron di Indonesia*. Jurnal Media dan Komunikasi, Vol, 2 No. 3, Juni 2011.
- Nugraheni, Dalan. *Gaya Hidup dan Pengaruhnya terhadap Perilaku Konsumsi*. Surabaya: Tiga Cendekia Press. 2003.

- Rakhmat, Jalaluddin, *Psikologi komunikasi*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2005.
- Ritzer, George dan Smart, Barry. *Consumption and Lifestyle*. alih bahasa M. Khairil. 2004.
- Rivers, William L, dkk, *Media Massa Dan Masyarakat Modern*, edisi ke 2, Jakarta: Kencana, 2008.
- Safuwani, *Gaya Hidup, Konsumerisme dan Modernitas*, Jurnal SUWA Universitas Malikussaleh, Vol. 5, No. 1, 2007.
- Suprati, C. Dwi Takariani, *Pengaruh Sinetron Remaja Di Televisi Swata Terhadap Sikap Mengenai Gaya Hidup Hedonis*, Jurnal Penelitian Komunikasi Vol. 16, No. 1, 2013.
- Susilo, Gunawan. *Sejarah Media Televisi dan Perkembangannya di Indonesia*. Media Kita edisi 26, 2016.
- Suyanto, Bagong, *Sosiologi Ekonomi*, Jakarta: Kencana, 2014
- Taringan, Debby Inan Malem, *Kajian Gaya Hidup Masyarakat di Kelurahan Bahu Kecamatan Malalayang Kota Manado*, e-journal "Acta Diurna" Vol. 4. No. 4, 2015.
- Yasin, Muhammad. *Sejarah Sinetron Indonesia..* Tabloid Al-Hikmah edisi 34. 2010
- Yusuf, Muri, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Gabungan*, (Jakarta: Kencana, 2014.



**KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN ALAUDDIN MAKASSAR
NOMOR : 863 TAHUN 2017**

TENTANG

**PEMBIMBING/PEMBANTU PEMBIMBING DALAM PENELITIAN DAN PENYUSUNAN SKRIPSI MAHASISWA
JURUSAN EKONOMI ISLAM FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UIN ALAUDDIN MAKASSAR**

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UIN ALAUDDIN MAKASSAR

- Membaca :** Surat Permohonan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar, Nama **Diyah Ayu Kusuma N** , Nim: **10200113056** tertanggal **26 Juli 2017** untuk mendapatkan Pembimbing Skripsi dengan Judul: "**Pengaruh Sinebron terhadap Life Style Masyarakat dalam Perspektif Ekonomi Islam di Kelurahan Amparita Kec. Tellu Limpoe Kab. Sidrap** "
- Menimbang :**
- Bahwa untuk membantu penelitian dan penyusunan skripsi mahasiswa tersebut, dipandang perlu untuk menetapkan pembimbing/pembantu pembimbing penyusunan skripsi mahasiswa tersebut diatas
 - Bahwa mereka yang ditetapkan dalam surat keputusan ini dipandang cakap dan memenuhi syarat untuk diserahi tugas sebagai pembimbing/pembantu
 - pembimbing penyusunan skripsi mahasiswa tersebut diatas.
- Mengingat :**
- Undang-undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
 - Undang-undang No. 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
 - Peraturan Pemerintah Nomor 12 Tahun 2010 yang disempurnakan dengan Peraturan Pemerintah No. 66 Tahun 2010;
 - Keputusan Presiden Nomor 57 Tahun 2005 tentang Perubahan Institut Agama Islam Negeri Alauddin menjadi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar;
 - Keputusan Menteri Agama RI Nomor 2 Tahun 2006 tentang Mekanisme Pelaksanaan Pembayaran atas Bahan Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara di Lingkungan Kementerian Agama;
 - Peraturan Menteri Agama RI. No. 25 Tahun 2013 dan Peraturan Menteri Agama R.I. No 85 Tahun 2013 Jo tentang Organisasi dan Tata Kerja UIN Alauddin Makassar;
 - Keputusan Menteri Agama RI. Nomor 93 Tahun 2007 tentang Statuta UIN Alauddin Makassar;
- MEMUTUSKAN**
- Pertama :** Mengangkat/ Menunjuk saudara :
- Prof. Dr. Mukhtar Lutfi, M.Pd.** , Sebagai Pembimbing Pertama.
 - Dr. Ir. Idris Parakasi, MM.** , Sebagai Pembimbing Kedua.
- Kedua :** Tugas Pembimbing/ Pembantu Pembimbing dalam penelitian dan penyusunan skripsi mahasiswa adalah memeriksa draft skripsi dan naskah skripsi, memberi bimbingan, petunjuk-petunjuk, perbaikan mengenai materi, metode, bahasa dan kemampuan menguasai masalah,
- Ketiga :** Segala biaya yang timbul akibat dikeluarkannya surat keputusan ini dibebankan kepada Anggaran Belanja Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar
- Keempat :** Surat Keputusan ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan dan apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan didalamnya akan diperbaiki sebagaimana mestinya
- Kelima :** Surat Keputusan ini disampaikan kepada masing-masing yang bersangkutan untuk diketahui dan dilaksanakan dengan penuh tanggungjawab.

Ditetapkan di : **Samata-Gowa**
Pada tanggal : **28 Juli 2017**
Dekan





UIN ALAUDDIN

KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN ALAUDDIN MAKASSAR
NOMOR : 1611 TAHUN 2017

TENTANG

PANITIA DAN TIM PENGUJI KOMPREHENSIF
JURUSAN EKONOMI ISLAM FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UIN ALAUDDIN MAKASSAR

- Membaca : Surat permohonan Ujian Komprehensif Dilyah Ayu Kusuman : NIM: 10200113056
- Menimbang : Bahwa untuk pelaksanaan dan kelancaran ujian komprehensif perlu dibentuk Panitia dan Tim Penguji

- Mengingat :
1. Undang-undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
 2. Undang-undang No. 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
 3. Peraturan Pemerintah Nomor 12 Tahun 2010 yang disempurnakan dengan Peraturan Pemerintah No. 66 Tahun 2010;
 4. Keputusan Presiden Nomor 57 Tahun 2005 tentang Perubahan Institut Agama Islam Negeri Alauddin menjadi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar;
 5. Keputusan Menteri Agama RI Nomor 2 Tahun 2006 tentang Mekanisme Pelaksanaan Pembayaran atas Bahan Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara di Lingkungan Kementerian Agama;
 6. Peraturan Menteri Agama RI No. 25 Tahun 2013 dan Peraturan Menteri Agama R.I. No 85 Tahun 2013 tentang Organisasi dan Tata Kerja UIN Alauddin Makassar;
 7. Keputusan Menteri Agama RI Nomor 93 Tahun 2007 tentang Statuta UIN Alauddin Makassar;

MEMUTUSKAN

- Menetapkan :
1. Membentuk Panitia dan Tim Penguji Komprehensif, Jurusan **EKONOMI ISLAM** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar dengan komposisi:
Ketua : Dr. H. Abdul Wahab, SE.,M.Si
Sekretaris : Nurmiah Muin, S.IP., MM.
Penguji Dirasah Islamiyah : Mustafa Umar, S.Ag.,M.Ag
Penguji Dasar Ekonomi Syariah : Dr. Hj. Rahmawati, M.Ag.
Penguji Ekonomi Perencanaan dan Pembangunan : Prof. Dr. H. Muslimin Kara, M.Ag.
Pelaksana : Rusmawandi Rara
 2. Panitia bertugas melaksanakan ujian
 3. Biaya pelaksanaan ujian dibebankan kepada anggaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar.
 4. Panitia dianggap bubar setelah menyelesaikan tugasnya.
 5. Apabila dikemudian hari ternyata terdapat kekeliruan dalam surat keputusan ini akan diubah dan diperbaiki sebagaimana mestinya.

Surat keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk diketahui dan dilaksanakan dengan penuh rasa tanggung jawab.

Ditetapkan di : Samata-Gowa
Pada tanggal : 18 Oktober 2017
Dekan,

Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag.
NIP. 19581022 198703 1 002

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) ALAUDDIN MAKASSAR
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Kampus I : Jl. Slt. Alauddin No. 63 Makassar Tlp. (0411) 864924 Fax 864923
Kampus II : Jl. H.M. Yasin Limpo No.36, Romangpolong – Gowa Tlp. (0411) 841879, Fax. (0411) 8221400

Nomor : 514/EB.I/PP.00.9/2017

Samata, 22 September 2017

Lampiran : -

Hal : Undangan Seminar Proposal

A.n. Diyah Ayu Kusuma N /10200113056

Kepada Yth :

1. **Prof.Dr. Mukhtar Lutfi, M.Pd. Sebagai Pembimbing I**
2. **Dr.Ir.H. Idris Parakkasi, MM. Sebagai Pembimbing II**

Di-

Tempat

Assalamu Alaikum Wr. Wb

Bersama ini kami mengundang bapak untuk menghadiri Seminar dan melaksanakan serta bertindak selaku Pembimbing pada Seminar Draft Skripsi yang Insya Allah akan dilaksanakan pada :

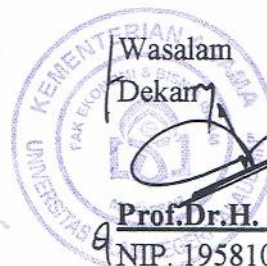
Hari/Tanggal : Selasa 03 Oktober 2017

Waktu : 09.00 – 12.00

Judul Skripsi : Pengaruh Sinetron Terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Muslim (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kelurahan Amparita Kecamatan Tellu Limpoe Kabupaten Sidrap)

Tempat : Ruang L.101

Atas segala perhatian dan kehadirannya diucapkan banyak terima kasih



Wasalam
Dekam

Prof.Dr.H. Ambo Asse, M.Ag
NIP. 19581022 198703 1 002



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) ALAUDDIN MAKASSAR
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Kampus I : Jl. Slt. Alauddin No. 63 Makassar Tlp. (0411) 864928 Fax 864923
Kampus II : Jl. H. M. Yasin Limpo No. 36 Samata – Gowa Tlp. 841879 Fax.8221400

Nomor : 386 /EB.1/PP.00.9/01/2018
Sifat : Penting
Lamp : -
Hal : Undangan Seminar Hasil

Samata, 29 Januari 2018

Kepada Yth
Bapak/Ibu Penguji dan Pembimbing
Di-
Makassar

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat, kami mengundang Bapak/Ibu untuk menghadiri Seminar Hasil Penelitian Mahasiswa:

Nama : Diyah Ayu Kusuma N
NIM : 10200113056
Jurusan : EKONOMI ISLAM
Judul Skripsi : Pengaruh Sinetron terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Muslim (Studi Kasus pada Masyarakat di Kelurahan Amparita Kecamatan Tellu Limpo Kabupaten Sidrap)

Yang Insya Allah akan dilaksanakan pada :

Hari/Tanggal : Selasa, 6 Februari 2018
Waktu : 09.00 - 16.00 WITA
Tempat : Ruang Seminar

Demikian atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
ALAUDDIN
M A K A S S A R

Dekan,

Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag.
NIP. 19581022 198703 1 002



KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UIN ALAUDDIN MAKASSAR
NOMOR : 000105 TAHUN 2018

TENTANG

PANITIA DAN TIM PENGUJI SEMINAR HASIL PENELITIAN DAN PENYUSUNAN SKRIPSI MAHASISWA
A.n.Diyah Ayu Kusuma N, NIM : 10200113056
JURUSAN EKONOMI ISLAM FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UIN ALAUDDIN MAKASSAR

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UIN ALAUDDIN MAKASSAR

- Membaca : Surat Permohonan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar, **Nama : Diyah Ayu Kusuma N, NIM : 10200113056, tertanggal 23 Januari 2018** untuk melaksanakan seminar hasil ;
- Menimbang : Bahwa untuk pelaksanaan dan kelancaran seminar draft/hasil, perlu dibentuk panitia dan tim penguji seminar hasil dan penyusunan skripsi
- Mengingat : 1. Undang-undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-undang No. 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
3. Peraturan Pemerintah Nomor 12 Tahun 2010 yang disempurnakan dengan Peraturan Pemerintah No. 66 Tahun 2010;
4. Keputusan Presiden Nomor 57 Tahun 2005 tentang Perubahan Institut Agama Islam Negeri Alauddin menjadi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar;
5. Keputusan Menteri Agama RI Nomor 2 Tahun 2006 tentang Mekanisme Pelaksanaan Pembayaran atas Bahan Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara di Lingkungan Kementerian Agama;
6. Peraturan Menteri Agama RI. No. 25 Tahun 2013 dan Peraturan Menteri Agama R.I. No 85 Tahun 2013 tentang Organisasi dan Tata Kerja UIN Alauddin Makassar;
7. Keputusan Menteri Agama RI. Nomor 93 Tahun 2007 tentang Statuta UIN Alauddin Makassar;

MEMUTUSKAN

- Menetapkan Pertama : Membentuk Panitia dan Tim Penguji Seminar hasil, Jurusan **EKONOMI ISLAM** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar dengan komposisi :

Ketua : Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag.
Sekretaris : Dr. Hj. Rahmawati, M.Ag.
Pembimbing I : Prof. Dr. Mukhtar Lutfi, M.Pd.
Pembimbing II : Dr. Ir. Idris Parakasi, MM.
Penguji I : Drs. Urbanus uma Leu, M.Ag.
Penguji II : M. Akil Rahman, SE., M.Si.
Pelaksana : Mubin Nasir

1. Panitia bertugas melaksanakan seminar hasil, memberi bimbingan, petunjuk-petunjuk, perbaikan mengenai materi, metode, bahasa dan dan kemampuan menguasai masalah penyusunan skripsi
2. Biaya pelaksanaan seminar hasil penelitian dibebankan kepada anggaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar
3. Apabila dikemudian hari ternyata terdapat kekeliruan dalam surat keputusan ini akan diubah dan diperbaiki sebagaimana mestinya

- Kedua : 1. Panitia bertugas melaksanakan seminar hasil, memberi bimbingan, petunjuk-petunjuk, perbaikan mengenai materi, metode, bahasa
- Surat Keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk diketahui dan dilaksanakan dengan penuh tanggungjawab.

Ditetapkan di : Samata-Gowa
Pada tanggal : Januari 2018

Dekan;

Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag.
NIP. 19581022 198703 1 002



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) ALAUDDIN MAKASSAR
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Kampus I : Jl. Slt. Alauddin No. 63 Makassar Tlp. (0411) 864928 Fax 864923
Kampus II : Jl. H. M. Yasin Limpo No. 36 Samata Sungguminasa – Gowa Tlp. 841879 Fax.8221400

Nomor : 1094 /EB.1/PP.00.9/2/2018
Sifat : Penting
Lamp : -
Hal : **Undangan Ujian Munaqasyah**

Samata, 20 Februari 2018

Kepada Yth

Bapak/Ibu Penguji dan Pembimbing
Di-

Makassar

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat, kami mengundang Bapak/Ibu untuk menghadiri Ujian Munaqasyah Mahasiswa:

Nama : Diyah Ayu Kusuma N
NIM : 10200113056
Jurusan : EKONOMI ISLAM
Judul Skripsi : "Pengaruh Sinecron terhadap Konsumsi Barang (Fashion) pada Masyarakat Muslim di Kelurahan (Studi Kasus pada Masyarakat di Kelurahan Amparita Kecamatan Tellu Limpoe Kabupaten Sidrap)"

Yang Insya Allah akan dilaksanakan pada :

Hari/Tanggal : Kamis, 22 Februari 2018
Waktu : 09.00-16.00 Wita
Tempat : Ruang Seminar

Demikian atas perhatiannya kami diucapkan terima kasih.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
ALAUDDIN
M A K A S S A R

Wassalam
Dekan,

Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag.
NIP. 19581022 198703 1 002



**KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN ALAUDDIN MAKASSAR
NOMOR : 0272 TAHUN 2018**

TENTANG

**PANITIA DAN TIM PENGUJI MUNAQASYAH
JURUSAN EKONOMI ISLAM FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UIN ALAUDDIN MAKASSAR

- Membaca : Surat permohonan : **Diyah Ayu Kusuma N**
NIM : **10200113056**
Tanggal : **12 Februari 2018**
Mahasiswa Jurusan : **EKONOMI ISLAM**
Untuk Ujian Skripsi/ Munaqasyah yang berjudul "**Pengaruh Sinetron terhadap Konsumsi Barang (Fashion) pada Masyarakat Muslim di Kelurahan (Studi Kasus pada Masyarakat di Kelurahan Amparita Kecamatan Tellu Limpoe Kabupaten Sidrap)**"
- Menimbang : 1. Bahwa saudara tersebut diatas telah memenuhi persyaratan Ujian Skripsi/ Munaqasyah
2. Bahwa untuk pelaksanaan dan kelancaran ujian/ Munaqasyah perlu dibentuk panitia ujian.
- Mengingat : 1. Undang-undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Peraturan Pemerintah Nomor 60 Tahun 1999 tentang Pendidikan Tinggi;
3. Keputusan Presiden Nomor 57 Tahun 2005 tentang Perubahan IAIN Alauddin menjadi UIN Alauddin Makassar;
4. Keputusan Menteri Agama RI Nomor 2 Tahun 2006 tentang Mekanisme Pelaksanaan Pembayaran atas Bahan Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara di Lingkungan Kementerian Agama;
5. Keputusan Menteri Agama RI. No. 5 Tahun 2006 tentang Organisasi dan Tata Kerja UIN Alauddin Makassar
6. Keputusan Menteri Agama RI. Nomor 93 Tahun 2007 tentang Statuta UIN Alauddin Makassar;
7. Keputusan Menteri Keuangan No.330/05/2008 tentang penetapan UIN Alauddin Makassar pada Departemen Agama sebagai Instansi Pemerintah yang menerapkan pengelolaan Badan Layanan Umum (BLU).
8. Surat Keputusan Rektor UIN Alauddin Nomor 241 B Tahun 2010 Tentang Pedoman Edukasi UIN Alauddin;

MEMUTUSKAN

- Menetapkan : 1. Membentuk Panitia Ujian Skripsi/ Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar dengan komposisi :

Ketua : Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag.
Sekretaris : Prof. Dr. H. Muslimin Kara, M.Ag.
Penguji I : Drs. Urbanus uma Leu, M.Ag.
Penguji II : M. Akil Rahman, SE., M.Si.
Pembimbing I : Prof. Dr. Mukhtar Lutfi, M.Pd.
Pembimbing II : Dr. Ir. Idris Parakasi, MM.
Pelaksana : Isna Kumalasari, S.Ag., M.Pd.

2. Panitia bertugas melaksanakan ujian Skripsi/Munaqasyah bagi saudara yang namanya tersebut diatas.
3. Biaya pelaksanaan ujian dibebankan kepada anggaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar.
4. Apabila dikemudian hari ternyata terdapat kekeliruan dalam surat keputusan ini akan diubah dan diperbaiki sebagaimana mestinya.

Keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk diketahui dan dilaksanakan dengan penuh rasa tanggung jawab.

Ditetapkan di : **Samata-Gowa**
Pada tanggal : **14 Februari 2018**

LAMPIRAN

Lampira 1

Kuesioner

PENELITIAN PENGARUH SINETRON TERHADAP KONSUMSI BARANG (FASHION) PADA MASYARAKAT MUSLIM DI KELURAHAN AMPARITA, KECAMATAN TELLU LIMPOE, KABUPATEN SIDRAP

Petunjuk Pengisian Kuesioner

1. Bacalah dengan teliti setiap pertanyaan dan seluruh kemungkinan jawaban yang ada.
2. Pilihlah alternative jawaban yang paling sesuai menurut anda.
3. **Berilah tanda checklis (√)** pada pilihan jawaban yang disediakan (cukup hanya dengan mengisi satu jawaban saja).
4. Kuesioner ini semata-mata untuk keperluan penelitian.
5. Terima kasih telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini.

Karakteristik Responden

1. Nama :
2. Jenis kelamin : ☐ Laki-laki ☐ Perempuan
3. Umur :
4. Tingkat Pendidikan : ☐ SD ☐ SMP ☐ SMA ☐ Perguruan Tinggi
5. Pekerjaan Utama :
6. Penghasilan perbulan :
7. Jumlah Tanggungan :

Keterangan :

- 5 = SS (Sangat Setuju)
4 = S (Setuju)
3 = RR (Ragu-ragu)
2 = TS (Tidak Setuju)
1 = STS (Sangat Tidak Setuju)

A. Frekuensi dan respon masyarakat menonton tanyangan sinetron di televisi.

No.	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	RR	S	SS
1.	Saya sering mengisi waktu kosong atau senggang dengan menonton sinetron.					
2.	Saya sering menonton sinetron lebih dari 3 jam dalam sehari.					
3.	Saya sering menindah-mindahkan chanel TV jika sinetron yang juga menarik di chanel tersebut.					
4.	Saya menonton sinetron karena pemainnya adalah idola saya.					
5.	Karena sinetron tersebut sedang hits.					
6.	Saya menyukai cerita dan karakter tokoh dalam sinetron dan menirukan sikap dan perilakunya.					

7.	Saya sering menirukan gaya hidup para karakter tokoh yang ada dalam sinetron.					
8.	Lewat sinetron saya mendapatkan banyak informasi dan pengetahuan akan sesuatu yang berkaitan dengan apa yang sosial budaya, perkembangan teknologi, dll.					
9.	Saya sering meninggalkan pekerjaan utama saya hanya untuk menonton sinetron favorit saya.					
10.	Saya sering lupa waktu jika sedang menonton sinetron.					

B. Minat dan keputusan pembelian terhadap barang atau jasa yang diiklankan dalam sinetron.

No.	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	RR	S	SS
1.	Barang (pakaian, kendaraan, barang elektronik, dll) yang digunakan oleh pemain dalam cerita sinetron sesuai dengan selera saya.					
2.	Barang yang digunakan merupakan barang yang saya butuhkan.					
3.	Merek menjadi pilihan utama konsumen saat membeli barang.					
4.	Dengan memiliki barang yang sama dengan yang digunakan oleh pemain dalam sinetron membuat saya lebih terlihat keren dan kekinian.					
5.	Saya membeli barang tersebut sesuai dengan kebutuhan.					
6.	Saya membeli barang sama seperti yang dimiliki artis karena saya mampu membelinya.					
7.	Barang mewah menggambarkan kelas sosial seseorang.					
8.	Saya merekomendasikan barang tersebut kepada kerabat dekat saya.					
9.	Merek barang yang ingin saya beli yakni berkualitas atau bagus.					
10.	Saya telah mengumpulkan informasi terhadap barang yang ingin saya beli.					

Lampiran 2

Hasil Penginputan Data Kuesioner

No.	A										x
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	
1	4	2	4	4	3	3	2	4	2	1	29
2	4	2	4	5	2	2	2	4	2	3	30
3	4	2	4	4	4	2	2	4	2	2	30
4	4	2	4	5	2	2	2	4	2	3	30
5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	42
6	4	4	5	3	4	5	3	4	2	4	38

7	4	4	5	1	2	4	1	4	1	2	28
8	4	4	5	4	3	4	1	3	3	3	34
9	5	5	5	5	5	5	4	5	2	5	46
10	4	4	5	1	4	5	2	4	3	4	36
11	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	45
12	4	4	4	4	4	5	2	3	2	4	36
13	2	2	4	2	3	5	2	3	1	1	25
14	5	5	5	5	5	5	3	4	3	4	44
15	4	3	5	4	5	4	3	4	2	1	35
16	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	44
17	4	4	4	5	4	4	4	4	2	3	38
18	4	2	2	4	3	2	2	2	2	2	25
19	4	4	5	3	5	2	2	5	1	2	33
20	4	4	4	4	3	4	4	4	2	2	35
21	3	2	4	5	5	4	4	3	2	5	37
22	5	5	4	4	3	1	1	2	5	5	35
23	5	1	2	3	5	5	4	4	2	1	32
24	4	4	4	4	4	2	2	4	2	2	32
25	2	1	4	4	3	1	1	4	2	4	26
26	2	3	4	4	4	3	2	4	2	3	31
27	2	2	5	4	3	4	2	5	5	5	37
28	4	4	4	4	4	4	2	3	2	2	33
29	3	2	4	4	4	3	2	4	1	2	29
30	4	1	2	4	3	2	1	4	2	2	25
31	4	2	4	4	4	3	3	3	3	3	33
32	4	2	4	4	4	4	2	4	2	2	32
33	4	4	2	4	4	2	2	2	2	2	28
34	1	5	2	2	3	1	2	2	4	4	26
35	3	4	5	3	3	2	2	3	2	4	31
36	3	4	4	2	2	2	2	4	2	2	27
37	1	2	3	4	5	5	4	3	2	1	30
38	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	47
39	3	3	4	3	3	1	1	3	4	5	30
40	2	1	3	1	1	1	1	1	1	1	13
41	4	4	2	4	4	4	2	4	2	4	34
42	5	3	2	4	3	2	2	4	4	2	31
43	5	1	3	2	4	1	3	2	4	5	30
44	4	2	4	4	4	2	2	4	2	2	30
45	2	2	4	2	4	1	2	2	2	2	23
46	4	4	5	4	2	2	2	4	4	2	33
47	3	2	4	4	2	3	3	4	3	4	32
48	4	3	4	4	4	2	2	4	4	4	35
49	4	4	3	4	4	2	2	4	4	4	35
50	3	1	2	1	1	1	1	3	1	1	15
51	3	3	1	2	4	5	5	2	2	3	30

52	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	22
53	4	2	4	2	4	1	1	4	1	2	25
54	1	1	4	2	2	2	2	5	1	1	21
55	4	2	4	5	5	2	2	4	1	1	30
56	4	2	4	4	4	2	2	4	1	2	29
57	4	2	4	1	1	2	2	4	1	4	25
58	3	2	1	2	2	5	1	5	1	2	24
59	4	2	5	3	4	4	2	3	1	2	30
60	2	2	4	2	4	4	2	5	1	1	27
61	4	4	5	5	5	1	3	4	1	4	36
62	4	3	2	4	4	2	2	4	2	2	29
63	4	4	4	5	5	2	2	4	1	1	32
64	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	37
65	5	4	5	4	4	3	4	5	2	4	40
66	5	5	2	3	5	5	5	4	4	1	39
67	4	2	4	4	4	4	2	3	2	4	33
68	4	4	4	4	4	2	2	3	2	4	33
69	4	3	4	3	4	2	3	5	3	4	35
70	2	2	4	4	3	2	2	4	2	4	29
71	2	1	1	1	1	1	1	3	1	1	13
72	1	3	4	2	2	1	1	2	3	5	24
73	2	2	2	4	3	2	2	3	2	2	24
74	4	2	1	1	4	1	1	1	1	1	17
75	1	2	3	2	1	2	3	2	2	3	21
76	5	2	5	5	5	5	2	5	2	2	38
77	5	2	5	5	5	5	2	3	1	4	37
78	1	2	3	4	5	5	4	3	2	1	30
79	4	3	2	5	5	2	2	4	2	2	31
80	4	2	4	4	4	2	1	4	1	1	27
81	4	2	4	4	4	2	1	4	1	1	27
82	3	2	4	4	4	2	2	3	2	3	29
83	4	3	2	4	4	3	2	4	2	2	30
84	4	3	2	4	4	3	2	4	2	2	30
85	4	2	4	4	4	4	2	1	1	1	27
86	4	2	1	4	3	5	2	4	2	2	29
87	4	2	3	4	4	2	2	5	2	2	30
88	4	2	4	4	4	2	1	4	1	1	27
89	2	3	4	1	5	4	1	2	2	1	25
90	2	2	2	4	2	2	2	3	2	2	23
91	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	22
92	5	1	2	4	4	2	2	4	1	1	26
93	3	2	3	4	4	3	3	4	4	4	34
94	1	2	2	3	4	4	3	3	3	3	28
95	5	4	3	2	1	1	1	5	4	4	30

No.	B										y
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	
1	2	2	4	2	2	2	3	3	4	4	28
2	2	2	2	1	3	2	1	2	4	3	22
3	2	2	4	2	2	2	2	2	4	4	26
4	2	2	2	1	3	2	1	2	4	2	21
5	4	4	5	5	4	2	2	3	3	4	36
6	4	5	3	4	5	4	5	4	5	5	44
7	4	4	2	4	5	3	3	4	2	3	34
8	3	4	2	4	5	2	1	3	2	5	31
9	3	3	3	4	4	4	5	2	3	5	36
10	4	4	5	5	5	4	5	3	5	5	45
11	4	3	2	4	5	3	2	3	1	5	32
12	3	4	3	2	4	2	3	3	4	4	32
13	3	4	4	4	4	3	2	3	4	4	35
14	4	4	5	5	4	3	5	5	3	4	42
15	3	5	5	4	5	3	5	3	3	5	41
16	3	2	4	4	4	3	4	5	5	2	36
17	4	2	2	2	3	3	3	3	2	2	26
18	2	4	2	3	2	2	3	2	4	4	28
19	2	2	5	4	5	3	5	4	5	5	40
20	4	4	4	4	2	2	3	3	4	4	34
21	3	3	4	4	3	5	5	4	4	3	38
22	5	4	5	3	2	1	1	2	3	2	28
23	4	4	2	3	1	1	2	5	5	3	30
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
25	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	21
26	1	2	3	3	4	1	5	4	4	5	32
27	5	5	2	5	5	4	4	4	2	5	41
28	3	2	4	4	4	2	2	4	4	4	33
29	3	3	3	2	4	2	4	3	4	3	31
30	1	4	4	2	5	1	2	3	4	4	30
31	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	31
32	4	4	2	2	4	2	2	2	4	4	30
33	4	2	4	2	4	2	2	2	4	2	28
34	1	2	4	1	3	5	4	2	1	3	26
35	2	2	4	3	4	2	2	2	4	2	27
36	2	2	4	2	4	2	2	2	4	2	26
37	2	2	3	3	1	1	3	3	4	5	27
38	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	44
39	3	3	5	5	3	3	3	4	4	4	37

40	3	3	1	2	3	5	1	2	4	1	25
41	4	2	2	4	4	4	4	2	4	2	32
42	2	4	2	4	5	2	2	2	4	2	29
43	1	3	2	5	4	2	1	4	3	5	30
44	4	2	4	4	4	4	4	2	4	2	34
45	2	2	4	4	4	2	4	2	4	2	30
46	4	4	2	4	4	2	2	4	4	5	35
47	2	2	2	2	3	2	2	3	4	4	26
48	3	4	3	2	4	2	2	2	2	2	26
49	3	4	3	4	3	3	3	3	4	2	32
50	1	3	2	1	3	1	1	2	3	4	21
51	5	1	1	2	3	4	4	5	5	2	32
52	2	2	2	2	5	1	1	1	5	1	22
53	2	2	2	1	5	1	2	2	5	4	26
54	2	1	3	2	5	4	2	4	4	4	31
55	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	44
56	2	2	3	2	2	2	2	3	4	2	24
57	4	4	4	4	2	4	4	4	2	4	36
58	2	2	2	3	5	2	5	3	3	2	29
59	3	4	1	4	5	2	3	5	3	2	32
60	2	3	2	2	5	2	5	2	3	5	31
61	4	4	4	4	5	1	1	1	4	4	32
62	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	38
63	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
64	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	31
65	4	3	5	5	4	4	5	2	4	4	40
66	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	47
67	2	3	3	2	4	2	3	4	4	4	31
68	2	4	4	2	4	2	2	2	4	2	28
69	2	3	2	5	5	4	3	4	3	4	35
70	2	4	4	5	5	4	2	4	2	5	37
71	1	2	5	2	5	1	3	2	5	5	31
72	1	3	3	4	2	5	1	2	3	4	28
73	2	2	3	2	4	2	2	2	4	2	25
74	1	3	5	1	3	2	4	1	2	4	26
75	1	2	3	2	3	2	3	2	3	2	23
76	2	2	5	1	5	2	3	5	5	5	35
77	1	1	5	2	5	2	4	4	3	4	31
78	1	2	3	4	4	3	3	3	3	3	29
79	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	37
80	3	3	2	2	5	2	2	4	5	4	32
81	3	3	2	2	5	2	2	4	5	4	32
82	3	3	3	2	4	2	3	2	3	4	29
83	4	3	3	4	3	3	2	4	5	4	35
84	4	3	3	4	3	3	2	4	5	4	35

85	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39
86	4	5	5	2	4	1	2	4	4	2	33
87	4	4	2	4	4	4	2	3	5	2	34
88	3	3	2	2	5	2	2	4	5	4	32
89	4	2	2	1	5	1	4	2	4	5	30
90	2	2	3	2	4	2	2	2	4	3	26
91	1	1	1	1	3	1	1	2	3	3	17
92	2	2	5	3	5	2	4	4	3	5	35
93	1	1	4	4	5	1	1	2	2	3	24
94	1	5	4	5	4	5	3	2	2	3	34
95	1	1	2	5	4	3	3	3	3	3	28

Lampiran 3

Daftar Kuesioner terdistribusi dan terpakai

No.	Responden	Kuesioner				
		Pendistribusian			Terpakai	
		Frekuensi	Kembali	Persentase	Frekuensi	Persentase
1	Masyarakat	95	95	100%	95	100%
	Jumlah	95	95	100%	95	100%

Lampiran 4

Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1	Laki-laki	49	51,57
2	Perempuan	46	48,42
	Jumlah	95	100,0

Lampiran 5

Distribusi Responden Berdasarkan Usia

No.	Kelompok Umur (tahun)	Frekuensi	Persentase (%)
1	18 – 22	23	24,21
2	23 – 27	28	29,47
3	28 – 32	10	10,52
4	33 – 37	9	9,47
5	38 – 42	20	21
6	43 – 47	5	5,26
	Jumlah	95	100

Lampiran 6

Distribusi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No.	Tingkat Pendidikan	Jumlah	Persentase (%)
1	Tamat SD	17	17,89
2	Tamat SMP	31	32,63
3	Tamat SMA	32	33,68
4	Perguruan tinggi	15	15,78
Jumlah		95	100,00

Lampiran 7

Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan

No.	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
1	IRT	19	20
2	pedangan	26	27,36
3	Wiraswasta	21	22,10
4	PNS	7	7,36
5	Petani	15	15,78
6	Dan lain-lain	7	7,36
Jumlah		95	100

Lampiran 8

Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan

No.	Pendapatan	Frekuensi	Persentase (%)
1	< 500.000	18	18,94
2	500.000- 1.000.000	46	48,42
3	> 1.000.000	31	31,62
Jumlah		95	100

Lampiran 9

Distribusi Responden Berdasarkan Jumlah Tanggungan Keluarga

No.	Tanggungan keluarga	Frekuensi	Persentase (%)
1	0 orang	30	31,57
2	1 orang	21	22,10
3	2orang	25	26,31
4	3 orang	14	14,21
5	4 orang	4	4,21
6	5 orang	3	3,15
Jumlah		95	100

Lampiran 10

Hasil Uji Validitas

Variabel	Items	r hitung	r tabel	keterangan
Frekuensi menonton dan respon masyarakat terhadap tayang sinetron di televisi	1	0,498	0,169	valid
	2	0,661	0,169	valid
	3	0,559	0,169	valid
	4	0,628	0,169	valid
	5	0,528	0,169	valid
	6	0,61	0,169	valid
	7	0,489	0,169	valid
	8	0,515	0,169	valid
	9	0,547	0,169	valid
	10	1	0,169	valid
Minat dan keputusan pembelian terhadap barang atau jasa yang akan diiklankan	1	0,584	0,169	valid
	2	0,54	0,169	valid
	3	0,462	0,169	valid
	4	0,701	0,169	valid
	5	0,379	0,169	valid
	6	0,549	0,169	valid
	7	0,642	0,169	valid
	8	0,631	0,169	valid
	9	0,523	0,169	valid
	10	1	0,169	valid

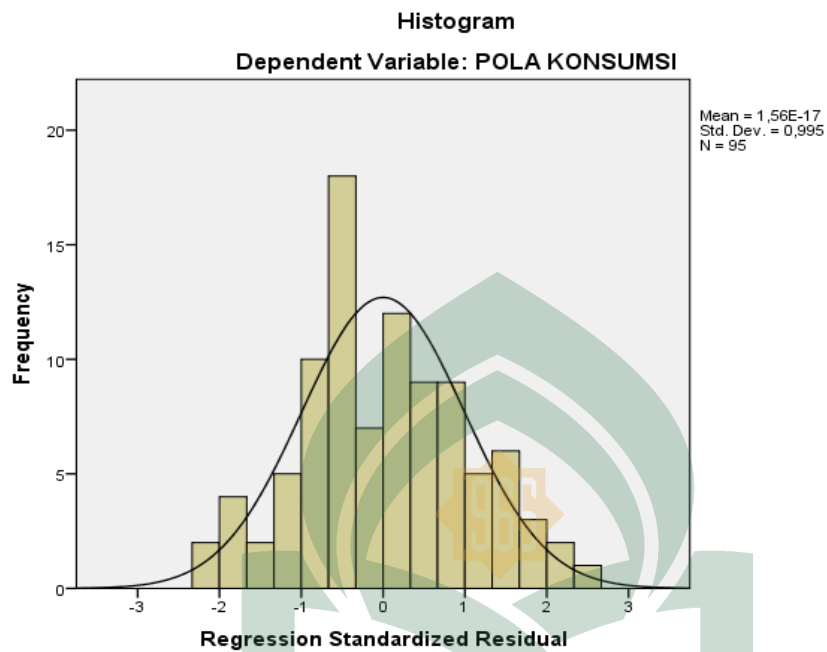
Lampiran 11

Hasil Uji Reliabilitas

No.	Variabel	Item	Cronbach Alpha
1	Frekuensi menonton dan respon masyarakat terhadap tayang sinetron di televisi	10	0,739
2	Minat dan keputusan pembelian terhadap barang atau jasa yang akan diiklankan	10	0,726

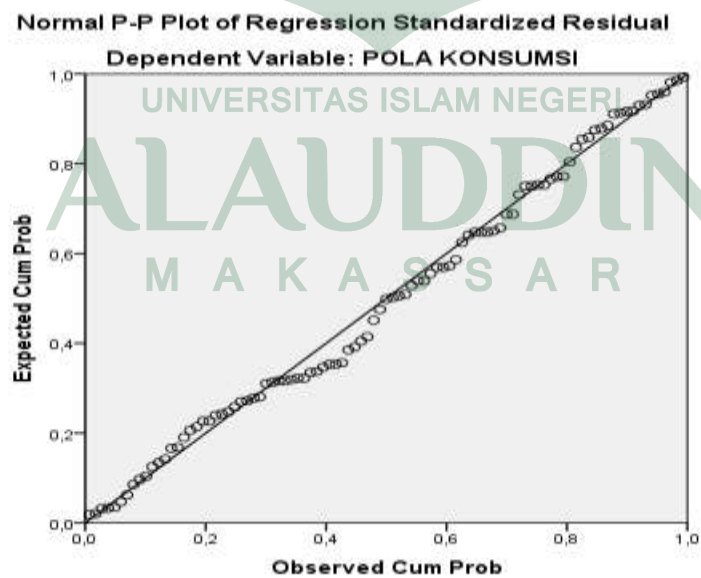
Lampiran 12

Uji Normalitas Histogram



Lampiran 13

Uji Normalitas Probability Plot



Lampiran 14

Uji Normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		95
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	5,09825499
	Absolute	,076
Most Extreme Differences	Positive	,076
	Negative	-,038
Kolmogorov-Smirnov Z		,739
Asymp. Sig. (2-tailed)		,646

Lampiran 15

Uji Autokorelasi

Model	Durbin-Watson
1	1,896

Lampiran 16

Pengujian Regresi Sederhana

coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	17,162	2,538		6,763	,000
SINETRON	,478	,081	,520	5,875	,000

Lampiran 17

Hasil uji koefisien korelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,520 ^a	,271	,263	5,126

Lampiran 18

Hasil Perhitungan Uji t Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17,162	2,538		6,763	,000
	SINETRON	,478	,081	,520	5,875	,000

DOKUMNTASI







UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
ALAUDDIN
M A K A S S A R

RIWAYAT HIDUP



DIYAH AYU KUSUMANING TYAS,

lahir di Ponorogo, 28 Januari 1995. Penulis merupakan anak ke 2 dari pasangan Nurdin dan Suliah. Penulis berdomisili di Amparita, tellu Limpoe, Sidrap. Pada tahun 1998 pindah ke Provinsi Sulawesi Selatan, tepatnya di kabupaten Sidrap mengikuti program Trasmigrasi yang dilakukan oleh pemerintah di masa itu. Riwayat pendidikan, TK di RA DDI Amparita, MI DDI Amparita, MTs DDI Amparita dan SMA Negeri 1 Panca Lautang yang sekarang sudah berubah menjadi SMA Negeri 8 Sidenreng Rappang dengan mengambil jurusan Ilmu Pengetahuan Sosial (IPS) dan menyelesaikan pendidikan tersebut di tahun 2013. Pada tahun 2013, penulis kemudian melanjutkan pendidikan di UIN Alauddin Makassar dengan mengambil jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Riwayat Organisasi

1. Himpunan Mahasiswa Jurusan (HMJ) Ekonomi Islam sebagai anggota.
2. UKM SB eSA cabang Studio Teater (Mantan Koordinator Teater).
3. Forum Kajian Ekonomi Islam (ForKEIs) sebagai anggota.
4. Himpunan mahasiswa Islam (HmI) Komisariat Fakultas Ekonomi dan bisnis Islam sebagai Anggota.
5. Dewan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan bisnis Islam sebagai Anggota pada bidang Penelitian dan Pengembangan (LITBANG).